



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

„Rozvoj a profesionalizace Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko v oblasti komunikace“

CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016894

KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE 2023-2027

Mikroregion Ostrožsko-Veselsko,

svazek obcí pro celkový rozvoj zájmové oblasti



*Zpracovala:
Zuzana Kočíšová
Specialistka na komunikaci s veřejností*

Kontaktní údaje:

Sídlo

Mikroregion Ostrožsko-Veselsko, svazek obcí pro celkový rozvoj zájmové oblasti
nám. Míru 667
698 01 Veselí nad Moravou

Doručovací adresa

Mikroregion Ostrožsko-Veselsko, svazek obcí pro celkový rozvoj zájmové oblasti
park Petra Bezruče 697
698 01 Veselí nad Moravou

web: www.ostrozsko-veselsko.cz

e-mail: mikroregion@ostrozsko-veselsko.cz

Statutární zástupci

JUDr. PhDr. Petr Kolář, Ph.D.
předseda Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko
Ing. Martin Křížan
místopředseda Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko

Kontaktní osoba

Mgr. Magdaléna Čajková, tel: +420 603 447 192
Manažerka Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko
e-mail: mikroregion@ostrozsko-veselsko.cz



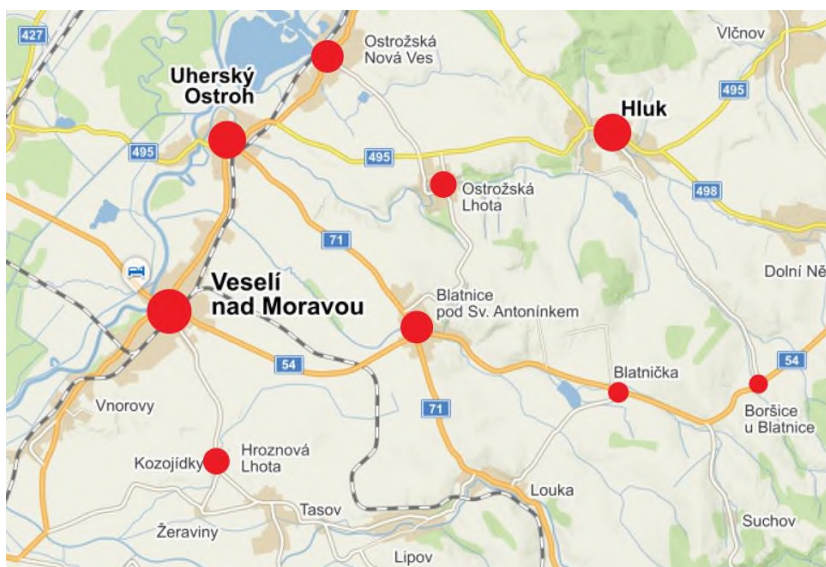
Obsah

| | |
|---|----|
| 1. Úvod | 5 |
| 2. Teoretická část | 7 |
| 2.1. Komunikace | 7 |
| 2.2. Komunikační proces | 7 |
| 2.3. Komunikační strategie | 7 |
| 2.4. Komunikace ve veřejné správě | 8 |
| 2.5. Typy komunikace | 9 |
| 2.6. Účel komunikace veřejné správy | 10 |
| 2.7. Komunikační kanály veřejné správy | 11 |
| 3. Analytická část | 15 |
| 3.1. Základní charakteristika Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko | 15 |
| 3.2. Charakteristika jednotlivých obcí MOV | 15 |
| 3.2.1. Veselí nad Moravou | 15 |
| 3.2.2. Hluk | 17 |
| 3.2.3. Uherský Ostroh | 19 |
| 3.2.4. Ostrožská Nová Ves | 20 |
| 3.2.5. Blatnice pod Svatým Antonínkem | 22 |
| 3.2.6. Ostrožská Lhota | 24 |
| 3.2.7. Boršice u Blatnice | 25 |
| 3.2.8. Kozojídky | 26 |
| 3.2.9. Blatnička | 28 |
| 3.3. Předmět a cíle činnosti MOV | 29 |
| 3.4. Současný stav komunikace - elektronická forma | 30 |
| 3.4.1. Webové stránky | 30 |
| 3.4.2. Facebook | 33 |
| 3.4.3. Aplikace Česká obec | 33 |
| 3.4.4. Současný stav komunikace - listinná forma | 34 |
| 3.4.5. Současný stav komunikace - místní forma komunikace | 34 |
| 3.4.6. Turistická informační centra | 35 |
| 3.5. Anketní dotazník starostům obcí mikroregionu | 37 |
| 3.6. SWOT analýza současného stavu komunikace | 47 |
| 4. Návrhová část | 48 |
| 4.1. Cílové skupiny komunikace mikroregionu | 48 |
| 4.2. Inovace elektronické komunikace | 49 |

| | |
|--|----|
| 4.2.1. Mobilní aplikace | 52 |
| 4.3. Inovace fyzické komunikace s veřejností | 52 |
| 4.4. Inovace komunikace s médii | 53 |
| 4.5. Zhodnocení naplnění plánu a další vize..... | 55 |
| 5. Použité zdroje informací..... | 56 |

1. Úvod

Mikroregion Ostrožsko-Veselsko (viz obr.1) je svazek obcí ze dvou sousedících okresů Hodonín a Uherské Hradiště, které se nacházejí v Jihomoravském a Zlínském kraji. Jeho členy je devět obcí, a to Blatnice pod Svatým Antonínkem, Blatnička, Boršice u Blatnice, Hluk, Kozojídky, Ostrožská Lhota, Ostrožská Nová Ves, Uherský Ostroh a Veselí nad Moravou, kde svazek sídlí. K 1. lednu 2021 žilo v těchto obcích 28 054 obyvatel. Sdružení vzniklo v roce 2001 a jako poslední se k němu připojily Kozojídky v roce 2021. Cílem svazku je rozvoj obcí i regionu.



obr.1 – Mapa mikroregionu Ostrožsko Veselsko

Dokument komunikační strategie vznikl v projektu „Rozvoj a profesionalizace Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko v oblasti komunikace, reg.č. CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016894, na který byla poskytnuta finanční podpora z Evropského sociálního fondu Evropské unie v rámci operačního programu Zaměstnanost (dále jen OPZ).

Cílem dokumentu je analyzovat dosavadní podobu a způsob komunikace Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko (dále MOV) s občany, veřejností i mezi jednotlivými členskými obcemi a na základě poznatků vytvořit návrhový materiál pro zlepšení komunikace. Materiál tedy poslouží k optimalizaci procesů a postupů zaměřených na komunikaci prostřednictvím posílení strategického řízení a dále ke zvýšení kvality, k rozvoji, podpoře a lepšímu zacílení komunikačních aktivit a k vytvoření komplexnější komunikační strategie.

Teoretická část dokumentu je zaměřená na základní informace o komunikačních strategiích, koncepcích a jejich aplikaci ve veřejné správě.

V analytické části je zpracovaný krátký popis MOV a jeho činností. Informace o fungování mikroregionu byly získány na základě analýzy území, sběrem dat na internetu, diskuzí s předsedou, manažerkou, subjektivním pozorováním aktivity a způsobu komunikace na sociální síti Facebook, zhodnocením vzhledu, funkčnosti a aktuálnosti webových stránek a dotazníkem. Výsledkem je komplexní pohled na komunikační kanály MOV směrem k veřejnosti, členům MOV i návrh dalšího směřování.

Ve strategické části je na základě údajů získaných v analytické části vytvořený přehled doporučení pro zdokonalení komunikace. Cílem je zvýšení úrovně kvality informovanosti, služeb a občanské sounáležitosti a zájmů. Jsou stanoveny priority a cíle pro naplnění vize MOV v oblasti komunikace. V implementační části na ně pak navazují konkrétní kroky a způsoby, jak jich docílit. Součástí je také riziková analýza, která poodhaluje možná rizika, která by mohla zabránit splnění cílů v jednotlivých prioritách komunikační strategie.

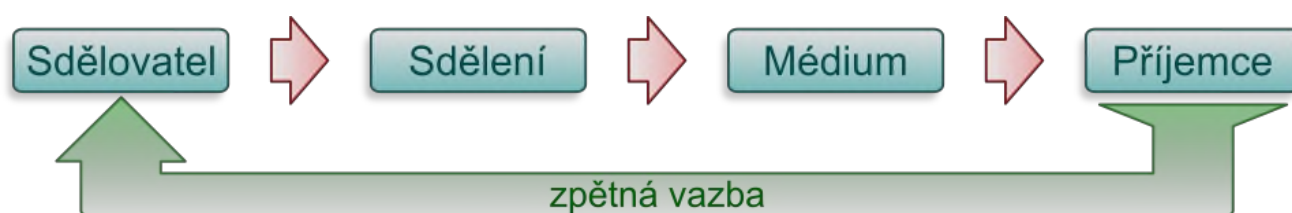
2. Teoretická část

2.1. Komunikace

Podstatou termínu komunikace (latinsky *communicatio*) je „spojení“. Jedná se o společenský proces, při němž jsou vzájemně sdělovány a přijímány informace. V některých oborech se používá termín tok informací. Tento proces mohou podporovat různé technické (distribuční) prostředky, které k tomu mohou využívat různé cesty (komunikační kanály). Komunikace není jednostranná ani krátkodobá, nýbrž je to vícestanný, dlouhodobý a soustavný proces.

2.2. Komunikační proces

Budeme-li chápat komunikační proces jako přenos sdělení od poskytovatele informace (sdělovatel) k příjemci informace, pak smyslem efektivní komunikace je porozumění mezi nimi. Sdělení obvykle není podáno jednorázově, po prvotní informaci od sdělovatele prostřednictvím média reaguje příjemce zpětnou vazbou a dále následuje reakce sdělovatele atd., čímž vzniká uzavřený cyklus nazývaný komunikační proces (viz obr. 2).



obr.2 - Schéma komunikačního procesu (vlastní tvorba)

Komunikace a komunikační kanály dokážou ovlivňovat chování a mínění příjemců sdělení a dalších osob. Proto je komunikační proces neoddelitelně spjat s marketingem firem, organizací, obcí, škol aj. Jejich komunikace bývají přesně směřovány na jejich cílové skupiny. Se stanovením záměru, vhodného způsobu komunikace pomáhá definovaná komunikační strategie.

2.3. Komunikační strategie

Komunikační strategie představuje celkový přehled o způsobu využívání a účinku jednotlivých typů komunikačních kanálů. Správně vytvořená komunikační strategie dokáže vzdělávat, stimulovat poptávku, budovat image, vytvářet tlak i budovat vztahy. Strategie je zpracována na základě analýzy toho, co v oblasti komunikace funguje/nefunguje uvnitř organizace/obce/školy, tak i směrem k veřejnosti. Komunikační strategie slouží k vyhodnocení používaných způsobů a následně navrhuje inovace a efektivnější způsoby komunikace. Cílem je tak zlepšení kontaktu s veřejností, profesionálnější a efektivnější přístup a snaha o větší pochopení veřejnosti vůči subjektu.

2.4. Komunikace ve veřejné správě

V České republice funguje systém spojeného modelu veřejné správy, kdy obce vykonávají prostřednictvím svých orgánů dvojí působnost. Současně je to výkon samostatné působnosti (samosprávy) a přenesené působnosti, čili státní správy. Výkon přenesené působnosti je v kompetenci obecního úřadu, zatímco zastupitelé a rada obce rozhodují o záležitostech samostatné působnosti obce.

Zákon 500/2004 Sb., Správní řád uvádí:

- § 26 (1) Každý správní orgán zřizuje úřední desku, která musí být nepřetržitě veřejně přístupná. Pro orgány územního samosprávného celku se zřizuje jedna úřední deska. Obsah úřední desky se zveřejňuje i způsobem umožňujícím dálkový přístup.
- § 26 (3) Není-li správní orgán schopen zajistit zveřejnění obsahu úřední desky způsobem umožňujícím dálkový přístup podle odstavce 1, uzavře osoba uvedená v § 160 odst. 1, jejíž je tento správní orgán součástí, s obcí s rozšířenou působností, v jejímž správním obvodu má sídlo, veřejnoprávní smlouvu (§ 160) o zveřejňování obsahu úřední desky způsobem umožňujícím dálkový přístup.

V zákoně č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím se uvádí:

- § 2 (1) Povinnými subjekty, které mají podle tohoto zákona povinnost poskytovat informace vztahující se k jejich působnosti, jsou státní orgány, územní samosprávné celky a jejich orgány a veřejné instituce.
- § 4 (1) Povinné subjekty poskytují informace na základě žádosti nebo zveřejněním.
- § 5 (1) Každý povinný subjekt musí pro informování veřejnosti ve svém sídle a svých úřadovnách zveřejnit na místě, které je všeobecně přístupné, jakož i umožnit pořízení jejich kopie, tyto informace:
 - a. důvod a způsob založení povinného subjektu, včetně podmínek a principů, za kterých provozuje svoji činnost,
 - b. popis své organizační struktury, místo a způsob, jak získat příslušné informace, kde lze podat žádost či stížnost, předložit návrh, podnět či jiné dožádání anebo obdržet rozhodnutí o právech a povinnostech osob,
 - c. místo, lhůtu a způsob, kde lze podat opravný prostředek proti rozhodnutím povinného subjektu o právech a povinnostech osob, a to včetně výslovného uvedení požadavků, které jsou v této souvislosti kladeny na žadatele, jakož i popis postupů a pravidel, která je třeba dodržovat při těchto činnostech, a označení příslušného formuláře a způsob a místo, kde lze takový formulář získat,
 - d. přehled nejdůležitějších předpisů, podle nichž povinný subjekt zejména jedná a rozhoduje, které stanovují právo žádat informace a povinnost poskytovat informace a které upravují další práva občanů ve vztahu k povinnému subjektu, a to včetně informace, kde a kdy jsou tyto předpisy poskytnuty k nahlédnutí,
 - e. sazebník úhrad za poskytování informací,
 - f. výroční zprávu za předcházející kalendářní rok o své činnosti v oblasti poskytování informací (§ 18),
 - g. výhradní licence poskytnuté podle § 14a odst. 4,
 - h. usnesení nadřízeného orgánu o výši úhrad vydaná podle § 16a odst. 7,
 - i. elektronickou adresu podatelny.

Rozlišují se informace zveřejňované povinným subjektem povinně a dobrovolně. Účelem povinného zveřejňování informací je, aby každý zájemce bezproblémově (bez nutnosti podat žádost a v řadě případů dokonce bez nutnosti jakékoli kontaktu s povinným subjektem, resp. jeho pracovníky) získal určitou základní sumu informací o povinném subjektu a jeho činnosti. Povinně zveřejňované informace stanoví jednak § 5, jednak řada dalších zákonů (a to zpravidla zveřejnění způsobem umožňujícím dálkový přístup). V takovém případě se uplatní speciální úprava rozsahu zveřejňovaných údajů, způsobu zveřejnění, doby zveřejnění atd. (samozřejmě pokud ji zvláštní zákon obsahuje). Vedle povinně zveřejňovaných informací může povinný subjekt dobrovolně zveřejňovat i další informace (§ 5 odst. 7), a to při respektování výjimek v zákoně uvedených čili např. ochrany osobnosti, projevů osobní povahy, soukromí fyzické osoby a jejích osobních údajů, ochrany obchodního tajemství apod.

2.5. Typy komunikace

Komunikaci dělíme na přímou a nepřímou. Přímá má daná pravidla, omezení a sankce vyplývající ze zákona. Nepovinná komunikace není vázaná zákonem a lze ji používat dobrovolně. Ve vztahu mezi obcí a občanem pak vzniká direktivní způsob komunikace, servisní nebo asociativní (Kuchyňka 2021). Direktivní forma je spojená s příkazy a zákazy ze strany obce směrem k občanovi. U servisní je naopak občan vnímaný jako spotřebitel služeb ze strany obce. Asociativní způsob je otevřený vztah mezi oběma stranami, které si vycházejí vstříc. Obce využívají všechny tři způsoby. Direktivní například při krizových situacích jako třeba povodně nebo v současnosti často skloňované tornádo, asociativní se užívá na nejnižší lokální úrovni a servisní způsob je průsečík obou.

Jak v samostatné, tak i v přenesené působnosti by se měla komunikace zakládat na takzvaném principu dobré správy. Podle ombudsmana k tomuto principu patří znaky jako soulad s právem, otevřenost, odpovědnost, vstřícnost, nestrannost, předvídatelnost nebo přiměřenost a včasnost.

Dále se komunikace dělí na externí a interní. Externí zahrnuje komunikaci ve směru obce k okolí jako například turisté nebo investoři. Interní se orientuje na občany v obci.

Marketingová komunikace (Promotion)

Marketingová komunikace nazývaná také často jako propagace je nejdůležitější částí marketingového mixu. Určuje, prostřednictvím jakého komunikačního kanálu má být zákazníkovi představen produkt či služba. Cílem je občany v obci informovat, přesvědčovat a připomínat. Marketingová komunikace zahrnuje tzv. komunikační mix, který se skládá z pěti hlavních nástrojů. Mezi nástroje komunikačního mixu patří vztahy s veřejností (public relations – PR), reklama, podpora prodeje, osobní prodej a přímý marketing. V marketingu obcí a měst je to ještě navíc marketing událostí (Paulíčková, 2005).

Zatímco obecně se marketingový mix dělí na 4P (Product, Price, Place, Promotion), v marketingu měst a obcí se podle Janečkové s Vašítkovou rozšiřuje ještě o další P, což je lidský faktor (People). Stejně jako je u firem nejdůležitějším prvkem marketingového mixu produkt, u měst a obcí je to lidský faktor. Má hlubší význam, protože zaměstnanci místní správy komunikují s občany, přičemž je důležité chování, vystupování, mezilidské vztahy a postoje. Je důležité, aby obec zapojila občany do věcí veřejných, aby pracovala s mládeží a vzdělávala své zaměstnance.

Vztahy s veřejností - public relations

Public relations je složka marketingového komunikačního mixu zaměřená na veřejnost. Nelze v ní ale počítat jen se zákazníky a uživateli nebo občany, ale i s manažery, firmami, majiteli, sponzory,

zaměstnanci, politiky a všemi, kterých se dotkne činnost obce. Public relations je tedy proces vytváření vztahů a vzájemné komunikace mezi obcí nebo městem a veřejností.

Janečková a Vašítková (1999) uvádějí cíle public relations:

- budování image obce
- posilování identifikace obyvatel s obcí
- poskytování přístupu k informacím o obci
- vytváření podmínek pro uplatnění nápadů a připomínek občanů
- usilování o optimální a maximální komunikaci s veřejností
- Jednotlivé nástroje public relations popsal Rošický a spol. (2010).
- Publications (publikace) - obecní noviny a časopisy, brožury, výroční zprávy, videofilmy o městě
- Events (veřejné akce) – sponzoring různých akcí sportovních, komerčních, neziskových (oslavy výročí), charitativní akce
- News (novinky) – novinky a aktuality o činnosti obce či města
- Community Involvement Activities (angažovanost pro komunitu) - investování peněz a času na potřeby místních společenství
- Identity Media (nosiče vlastní identity) – znak, erb, logo, vizitky obce
- Lobbying Activity (lobbistické aktivity) – legislativní a regulační opatření
- Social Responsibility (aktivní sociální odpovědnost) – budování dobrého jména obce či města.

Ve městech a obcích je potřeba neustále informovat o novinkách a dění ve městě. Nástrojů je k tomu více. Obce často využívají obecní rozhlas, městské televizní vysílání, informační tabule, webové stránky, ale i zasedání zastupitelstva a sociální sítě.

2.6. Účel komunikace veřejné správy

Jak už bylo zmíněno, komunikaci k občanům dané obce/mikroregionu můžeme pojmout ve dvou rovinách. Tou první je poskytnutí základních informací potřebných k životu v obci, a tou druhou je poskytnutí informací k uspokojení dalších potřeb. Obec by se proto neměla spokojit pouze s poskytováním toho, co je dáno zákonem, ale měla by komunikovat i nad rámec stanovených povinností. Díky zapojení občanů lze zlepšit rozhodovací proces, urychlit ho a získat zpětnou vazbu i s podněty nebo nápady.

Pro dobré nastavení komunikace obce/mikroregionu k občanům je nutné si položit otázku, jaké požadavky má vůči veřejné správě právě občan. Základním kamenem tak budou informace, které jsou uloženy zákony (viz předchozí kapitola, zejména informace dle zákona č. 106/1999). Základní informace o obci (kontaktní údaje, co kde vyřídit, kdy je svoz odpadu aj.) i přehled vyhlášek a schválených dokumentů týkajících se života v obci je potřeba mít kvůli tomu, aby byli obec i občané schopni dodržovat zákony a vyhlášky spojené s majetkem obce. Občané však kromě těchto základních informací požadují také informace o dalších službách, jako je například dopravní infrastruktura, nákupní možnosti, možnosti pro trávení volného času a další doprovodné služby obce.

2.7. Komunikační kanály veřejné správy

Jak již bylo uvedeno, ve veřejné správě jsou využívány různé druhy komunikačních kanálů (viz tab. 1). Ty jsou voleny v závislosti na cílových skupinách. Jednotlivé komunikační kanály, tedy způsoby distribuce sdělení, se vzájemně prolínají a mnohdy také doplňují. V pojetí veřejné správy se může jednat o následující kanály:

- tištěná média - zpravodaje, noviny, informační tabule
- vysílací média - rozhlas, televize, informační prezentace
- elektronická média - webové stránky, sociální sítě, email, úřední deska, mobilní aplikace
- osobní jednání
- jednání zastupitelstva
- participace

Zasedání zastupitelstva – občané mají možnost vystoupit přímo na zasedání zastupitelů, klást dotazy nebo podávat připomínky. Obec musí týden před konáním zastupitelstva na úřední desce nebo jiným způsobem informovat o konání zasedání.

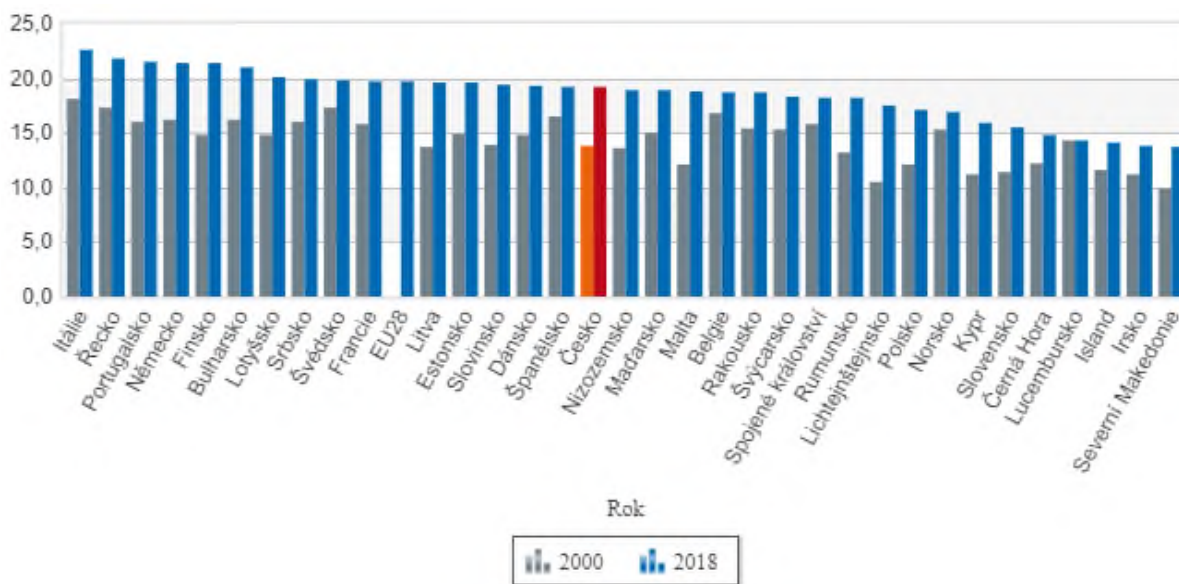
Úřední deska – obec má ze zákona povinnost uveřejňovat některé specifické informace na úřední desce. Obec má povinnost obsah úřední desky zveřejňovat i způsobem umožňujícím dálkový přístup. Každá obec má jednu úřední desku.

Informační tabule – slouží k vyvěšení informací, plakátů, letáků. Vyhledávají je zejména starší obyvatelé, kteří nemají přístup k internetu.

Radniční zpravodaj – tiskovina, která by měla přinášet objektivní informace o obci a jejím rozvoji. Zákon stanovuje podmínky pro vydávání zpravodaje, zohledňuje prostor pro opozici a klade důraz na vyvážené informace.

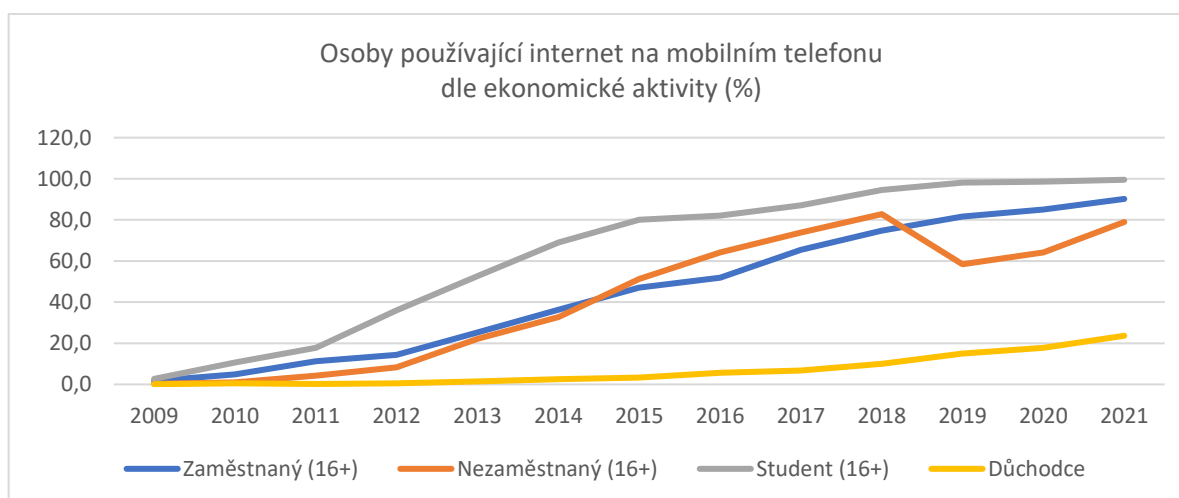
Obecní rozhlas – používá se k hlášení informací, patří k dřívějšímu způsobu komunikace. Stále se ale využívá především v menších obcích. Obecní rozhlas je dobrým nástrojem tradičních a výstražných informací. Jeho nevýhodou je jeho špatná srozumitelnost a okamžitost informací. Velkou výhodou pak je celoplošnost a tradice. Vzhledem k procentuálnímu zastoupení populace v ČR, která je seniorského věku (viz obr. 3), je obecní rozhlas dobrým nástrojem komunikace. Jeho nevýhody se pak dají eliminovat současným zveřejněním informace na webu (s dlouhou dobou expirace) respektive v mobilní aplikaci.

Webové stránky – zákon nestanovuje povinnost je zřizovat, přesto patří v posledních letech k základnímu komunikačnímu prvku radnic. Legislativa stanovuje některé povinnosti jako například úřední desku, povinně zveřejňované informace jako například rozpočet nebo vyhlášky a v neposlední řadě i elektronickou podatelnu.

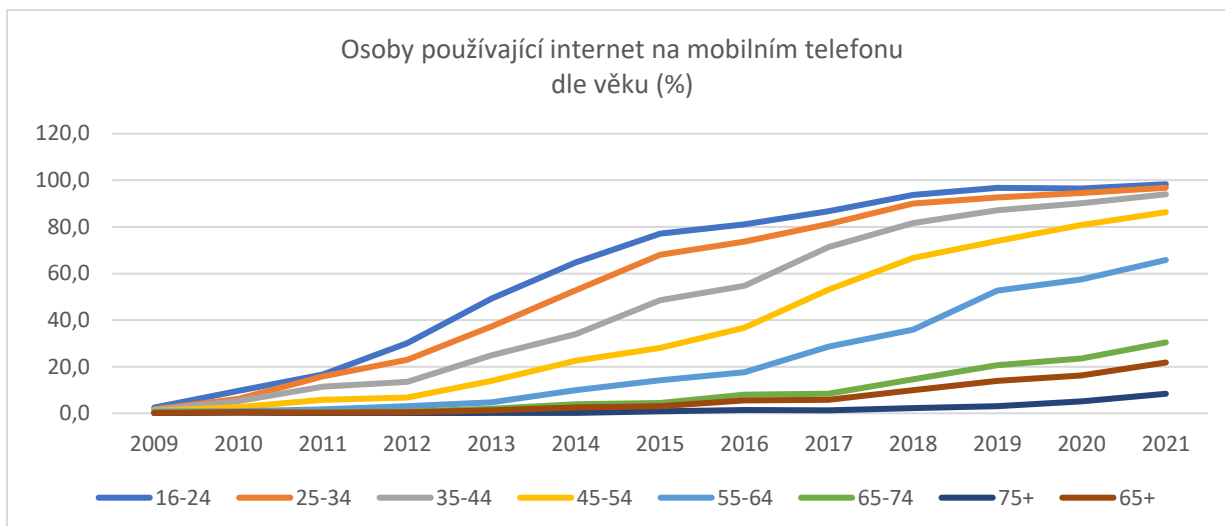


obr. 3 – Procentuální zastoupení populace ve věku 65 a více let v jednotlivých státech Evropy v letech 2000 a 2018. (zdroj: <https://www.czso.cz/csu/czso/seniori>)

Mobilní aplikace – vznikly s ohledem na rozšíření mobilních telefonů. Umožňují prezentaci informací jako na webu. Díky aplikacím je možné například platit za parkování, dostávat informace a varování nebo hradit poplatky. Zapojení veřejnosti do komunikace prostřednictvím tohoto způsobu lze vnímat jako inovativní pro všechny věkové i vzdělanostní kategorie občanů nebo veřejnosti (viz obr. 4). Na základě dostupných dat lze pozorovat zvýšení užívání internetu na mobilním zařízení u všech kategorií. Z našeho pohledu významnou komponentou jsou pak senioři, jejichž podíl je ve společnosti cílové oblasti vysoký (viz obr. 5) a kteří se k používání aplikací a smartphone v průběhu sledovaného období postupně přiklání. V roce 2009 bylo zaznamenáno 0,2% uživatelů, zatímco v roce 2021 to bylo 21,8% osob ve věku 65-74let. Z dostupných šetření můžeme předpokládat, že se podíl seniorů, kteří jsou zdatní používat moderní technologie, bude zvyšovat. Včasným zavedením mobilních aplikací tak může mikroregion nebo obec efektivně poskytnout dostatek informací přímo a bez extrémních finančních nároků.



obr. 4 – Procentuální zastoupení osob používající internet na mobilním telefonu dle ekonomické aktivity (zdroj: ČSÚ; vlastní tvorba)



obr. 5 – Procentuální zastoupení osob používající internet na mobilním telefonu dle věku (zdroj: ČSÚ; vlastní tvorba)

Příkladem je mobilní aplikace Česká Obec: Aplikace je užitečnou pomůckou pro rychlou a pohodlnou informovanost o dění ve městě, obci či celém regionu. Aplikace včas upozorní na plánované akce, ať už kulturní či sportovní. Rychle a přehledně informuje o uzavírkách, poruchách či nečekaných událostech. Obyvatelé tak dostávají přehled důležitých zpráv o městě a turisté se v klidu a bez hledání infocentra mohou ve svém mobilním telefonu nechat inspirovat akcemi a aktivitami.

Participace – zapojení občanů do rozvoje města například navržením projektů, které pak město na základě vyhodnocení realizuje ze svého rozpočtu.

Sociální sítě - dávají možnost sdílet informace a komunikovat s ostatními uživateli po celém světě. Tvoří propojenou skupinu lidí, kteří se mohou navzájem ovlivňovat. Mezi celosvětově nejnámější sociální sítě patří Facebook, Twitter, Instagram nebo YouTube.

Z hlediska domluvy je nejvhodnější osobní jednání, při němž lze pružně reagovat na dotazy a připomínky. Tuto formu komunikace využívají samotní představitelé obcí/mikroregionu, tak také zaměstnanci úřadů. Díky této komunikaci jsou snadněji prezentovány a následně identifikovány potřeby a přání, díky čemuž dochází k omezení nepochopení. Bohužel čím je úřad veřejné správy větší, tím je míra osobní komunikace nižší a častěji je nahrazována především emailovou komunikací.

Výhodou ostatních komunikačních kanálů je rozšíření mezi široké spektrum příjemců sdělení. Zároveň také tyto formy nejsou tak časově náročné, zvláště pokud stejný obsah je určen pro větší skupinu příjemců se stejným problémem. V takovém případě lze mít připravené obsahové šablony, kdy mnohdy stačí upravit jen jméno, adresu příjemce a specifikaci. Typicky se ve veřejné správě může jednat o rozhodnutí o kácení/povolení sjezdu/udělení nenávratné dotace, smlouvy o pronájmu/prodeji aj.

Ke správnému a efektivnímu využití různých komunikačních kanálů je ze strany veřejné správy vhodné zpracovat komunikační strategii. Samotné její vydání však nestačí, je nutné ji průběžně vyhodnocovat a případně upravovat a doplňovat

tab. 1 - Výhody a nevýhody nástrojů komunikace (zdroj: Kuchyňka 2021, upraveno)

| nástroj | výhoda | nevýhoda |
|---|--|---|
| zasedání obecního zastupitelstva | okamžitá zpětná vazba možnost klást dotazy | delší časové trvání pevný termín konání |
| debaty a setkání s občany | okamžitá zpětná vazba | sporadický výskyt nepravidelnost konání |
| Informační vývěsky, tabule | zacílené spíše na seniory nepostihne všechny věkové skupiny | nutná osobní návštěva časová náročnost nutnost doplňování informací |
| úřední deska, elektronická úřední deska | aktuálnost povinně zveřejňovaných informací | musí splňovat povinné předpisy formální |
| radniční zpravodaj | šíření informací od vedení obce | prezentace vládoucí strany reklamy finančně nákladné |
| obecní rozhlas | celoplošné hlášení v obci | únik okamžité informace mnohdy nekvalitní zvuk |

3. Analytická část

3.1. Základní charakteristika Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko

Mikroregion Ostrožsko-Veselsko je zájmovým sdružením právnických osob a má postavení samostatné právnické osoby. Vznikl zapsáním do registru zájmových sdružení právnických osob, vedeného u Okresního úřadu Uherské Hradiště, dne 22. června 2001 s původním názvem Mikroregion Ostrožsko a sídlem v Uherském Ostrohu. Nyní je sídlem město Veselí nad Moravou a sdružení funguje pod názvem Mikroregion Ostrožsko - Veselsko. V současné době zahrnuje 9 obcí a měst (viz tab. 2) ve Zlínském a Jihomoravském kraji:

- Obec Blatnice pod Svatým Antonínkem
- Obec Blatnička
- Obec Boršice u Blatnice
- Obec Ostrožská Lhota
- Obec Ostrožská Nová Ves
- Město Uherský Ostroh
- Město Hluk
- Město Veselí nad Moravou
- Obec Kozojídky – nový člen od 1.1.2021

tab.2 - Počet obyvatel v obcích v rámci MOV k 31.12.2021 (zdroj: ČSÚ - Databáze demografických údajů za obce ČR)

| obec | kraj | počet obyvatel | celkem |
|--------------------------------|--------------|----------------|--------|
| Uherský Ostroh | Zlínský | 4 178 | 14 102 |
| Ostrožská Nová Ves | Zlínský | 3 411 | |
| Ostrožská Lhota | Zlínský | 1 457 | |
| Hluk | Zlínský | 4 249 | |
| Boršice u Blatnice | Zlínský | 807 | |
| Blatnička | Jihomoravský | 411 | 13 458 |
| Blatnice pod Svatým Antonínkem | Jihomoravský | 1 946 | |
| Veselí nad Moravou | Jihomoravský | 10 577 | |
| Kozojídky | Jihomoravský | 524 | |
| 28 054 | | | |

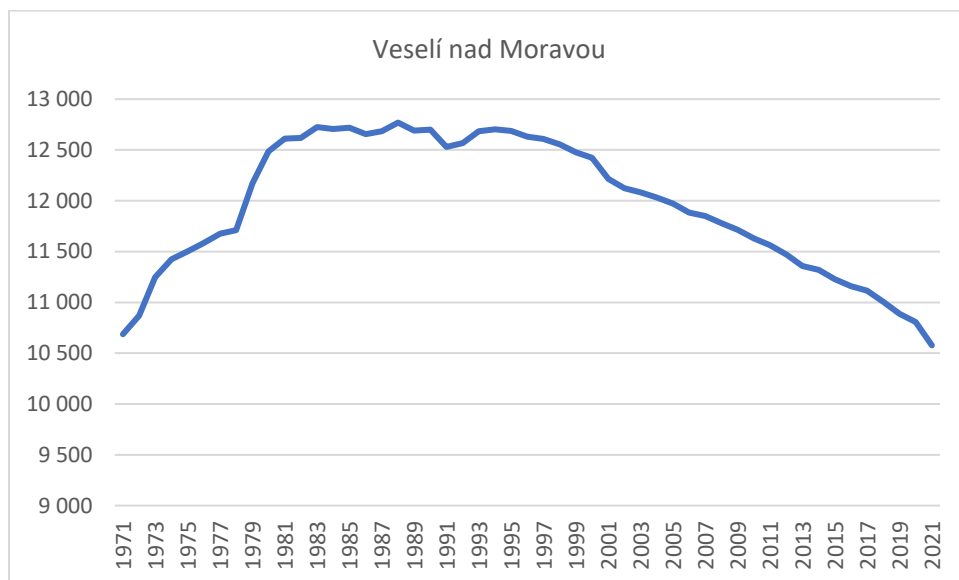
3.2. Charakteristika jednotlivých obcí MOV

3.2.1. Veselí nad Moravou

Starosta – Petr Kolář; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 10 807 (viz obr. 6,7)

Největším členem a také sídlem svazku je Veselí nad Moravou. Město leží na samém okraji jižní Moravy v nížině v oblasti nazvané Slovácko. Je významným železničním a silničním uzlem s dobrým spojením na Slovensko. Láká na jeden z největších přístavů na Baťově kanále, tři kostely, ale i zrekonstruované koupaliště nebo náměstí Míru a Bartolomějské náměstí. Nedaleko něj se nachází rozlehlý zámecký park a renesanční zámek, který byl za svou historii ale mnohokrát poškozen a dosud není zrekonstruován.

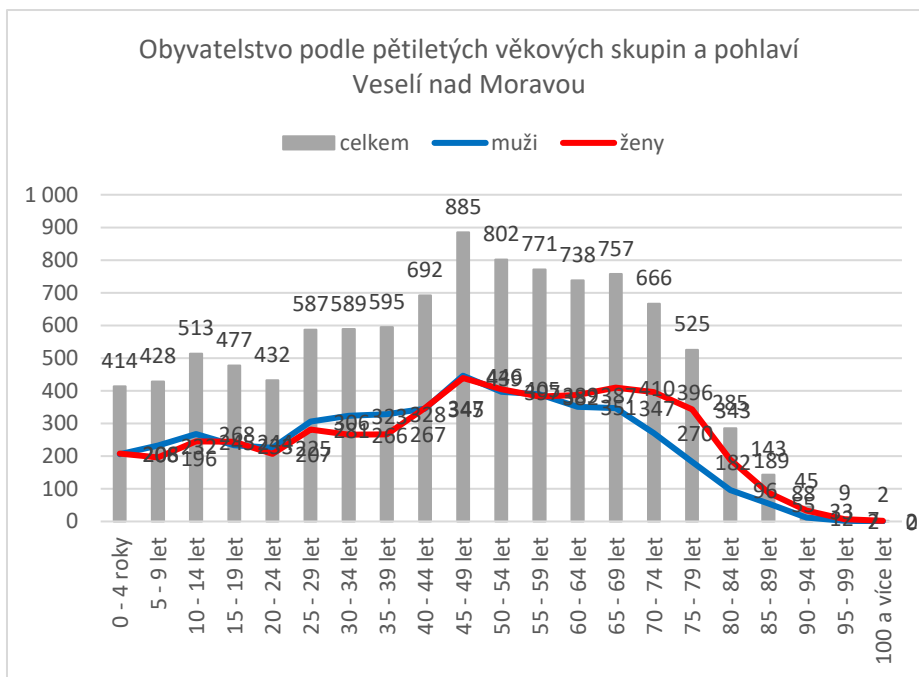
Ve městě je také hvězdárna, muzeum nebo turistické centrum. Na kopci za městem stojí rozhledna Radošov, na jihovýchod od Veselí se nachází pohoří Bílé Karpaty s nejvyšším vrcholem Velká Javořina a na severu Chřiby s hradem Buchlov a rozhlednou Brdo. Veselí je obcí s rozšířenou působností pro dalších 21 obcí. Město se posledních téměř 30 let potýká s úbytkem obyvatel (viz obr. 6). Mezi obyvatelstvem převažují lidé v produktivním věku, ve městě ale žije i velký počet seniorů a nezanedbatelnou část tvoří děti (viz obr. 7) V obci se nachází 7 ubytovacích zařízení a počet hostů v roce 2021 byl 2674 (viz tab. 3). Návštěvnost ve Veselí i v jiných obcích mikroregionu mohla ovlivnit pandemie covidu a s ní spojená omezení.



obr. 6 – Vývoj počtu obyvatel v obci Veselí nad Moravou (1971 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)

tab. 3 – Vývoj kapacity a využití ubytovacích zařízení obce Veselí nad Moravou (2019 – 2021; zdroj ČSÚ; i.d = nezveřejněná data)

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|------|-------|-------|
| Počet zařízení | 3 | 6 | 7 |
| pokoje | i.d. | 53 | 61 |
| lůžka | i.d. | 152 | 164 |
| Hosté | i.d. | 1 314 | 2 674 |
| z toho nerezidenti | i.d. | 77 | 64 |
| Přenocování | i.d. | 4 522 | 6 736 |
| z toho nerezidenti | i.d. | 230 | 112 |
| Průměrný počet přenocování (noci) | i.d. | 3,4 | 2,5 |

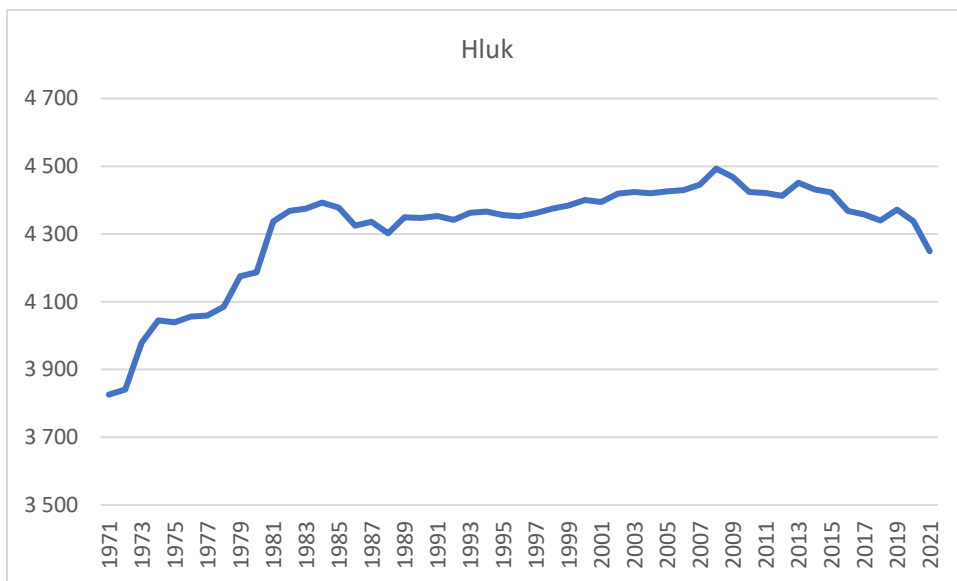


obr. 7 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Veselí nad Moravou podle věkových skupin (zdroj ČSÚ; vlastní tvorba)

3.2.2. Hluk

Starosta – Martin Křížan; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 4338 (viz obr. 8,9)

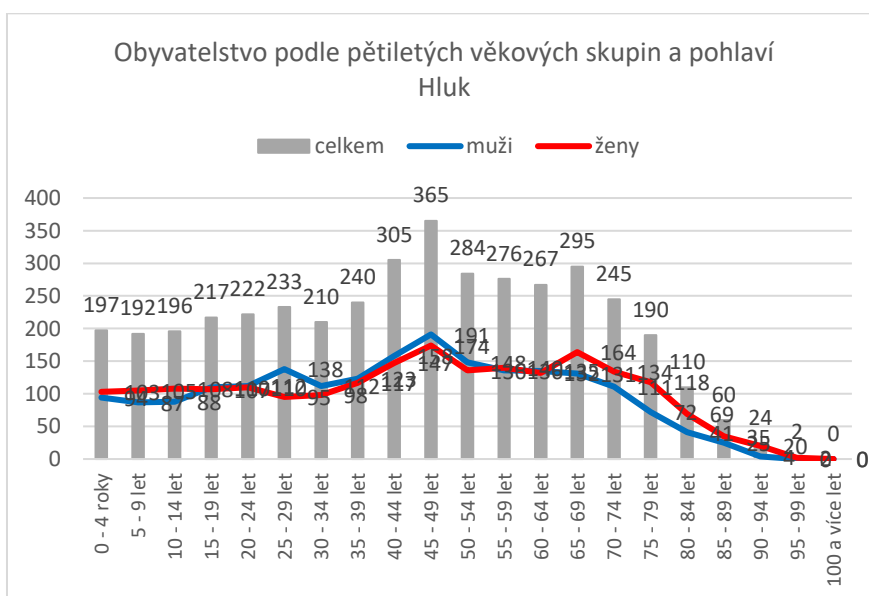
Po Veselí nad Moravou je druhým nejlidnatějším městem regionu Hluk. Nachází se asi 12 kilometrů jihovýchodně od Uherského Hradiště. Hluk je jednou z nejstarších osad u nás. Leží v oblasti starého osídlení doloženého archeologickými nálezy až 2500 let před naším letopočtem. Jako město je ale Hluk nejmladší na Slovácku. Mezi dominanty patří historická středověká tvrz. Hluk je známý zejména produkcí vína, slivovice a jako líheň mladých muzikantů. Město i jeho okolí je bohatou folklorní oblastí. Jednou za tři roky se v Hluku konají Dolňácké slavnosti s tradiční jízdou králů. V období slavností žijí obyvatelé několikadenním programem pro široký okruh milovníků zpěvu, tance, dechovky, dobrého jídla, pití a folkloru. V Hluku se jako v jedné z mála obcí mikroregionu v posledních desetiletích v součtu zvýšil počet obyvatel, přestože v posledních letech je vidět mírný pokles (viz obr. 8). Nejpočetnější skupinou jsou lidé v produktivním věku, ve městě ale žije také mnoho dětí a seniorů (viz obr. 9). V obci se nachází 3 ubytovací zařízení a počet v roce 2021 byl 3485 (viz tab. 4)



obr. 8 – Vývoj počtu obyvatel v obci Hluk (1971 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)

tab. 4 – Vývoj kapacity a využití ubytovacích zařízení obce Hluk (2019 – 2021; zdroj ČSÚ; i.d = nezveřejněná data)

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|--------|-------|-------|
| Počet zařízení | 3 | 3 | 3 |
| pokoje | 106 | 107 | 107 |
| lůžka | 355 | 350 | 350 |
| Hosté | 5 622 | 3 161 | 3 485 |
| z toho nerezidenti | 301 | 113 | 141 |
| Přenocování | 12 496 | 8 232 | 8 639 |
| z toho nerezidenti | 878 | 445 | 341 |
| Průměrný počet přenocování (noci) | 2,2 | 2,6 | 2,5 |

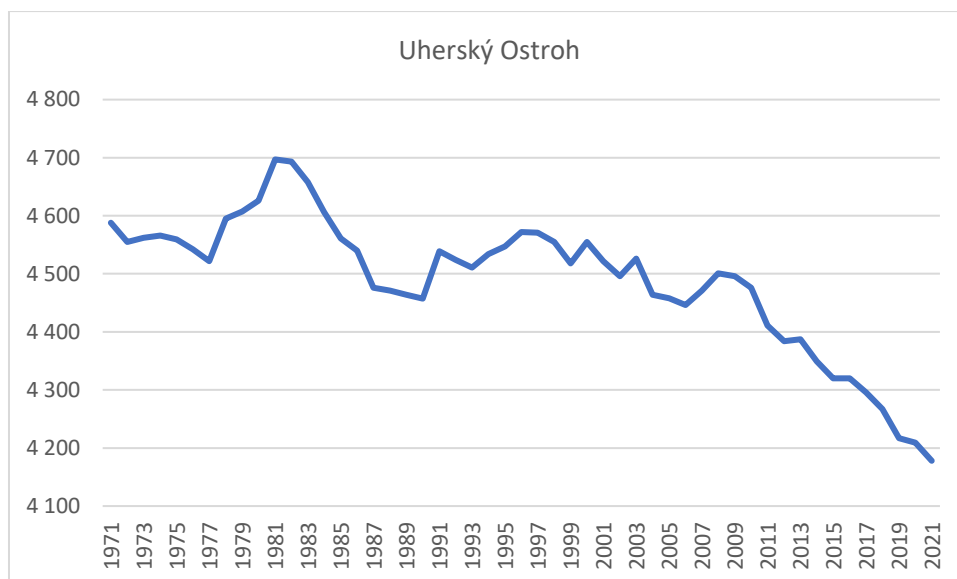


obr. 9 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Hluk podle věkových skupin (zdroj ČSÚ; vlastní tvorba)

3.2.3. Uherský Ostroh

Starosta – Vlastimil Petřík; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 4209 (viz obr. 10,11)

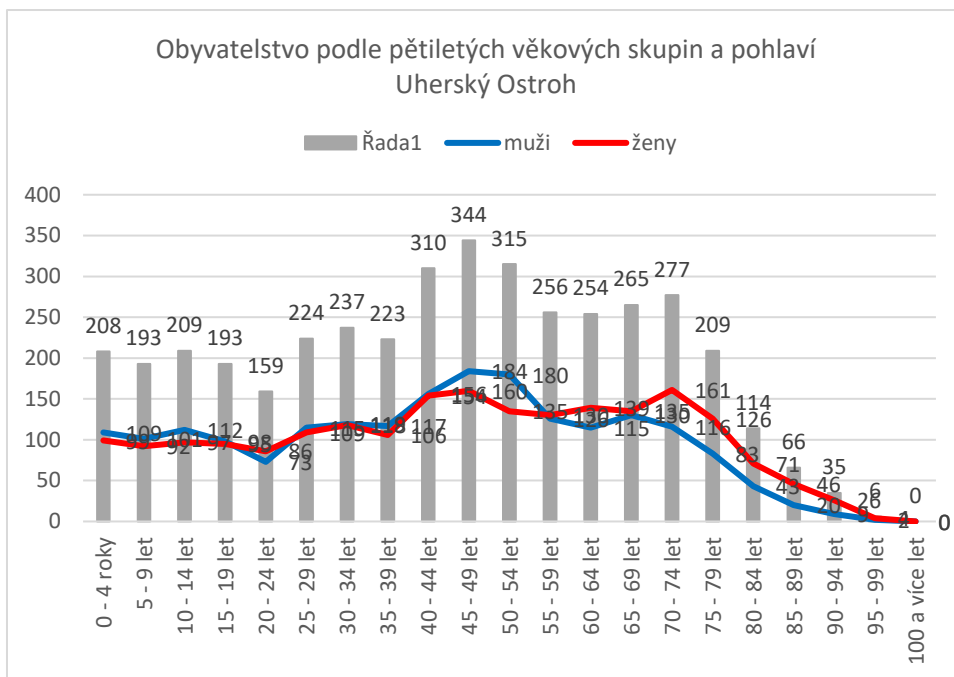
Třetím největším městem mikroregionu co do počtu obyvatel je Uherský Ostroh. Leží na obou březích řeky Moravy v okrese Uherské Hradiště ve Zlínském kraji v těsném sousedství s Jihomoravským krajem a Veselím nad Moravou. Nejvýznamnější památkou je renesanční zámek, kde sídlí městský úřad. U zámku se nachází i informační centrum. Další zajímavostí města je funkcionalistický obchodní dům Adler z roku 1936, v němž sídlí Veteran muzeum. Přibližuje historické motocykly, starožitnosti, technické unikáty a další věci z oblasti obchodu, živností a řemesel první republiky. Nedaleko je náměstí sv. Ondřeje se stejnojmenným kostelem. V Ostrohu je také přístaviště a plavební komora Bařova kanálu. Městu se za posledních čtyřicet let snížil počet obyvatel (viz obr. 10). V populaci je poměrně rovnoměrné zastoupení. Nejvíce je čtyřicátníků, velkou skupinu ale tvoří i seniory a také děti (viz obr. 11). V obci se nachází 1 ubytovací zařízení a počet hostů v roce 2021 není znám. (viz tab. 4)



obr. 10 – Vývoj počtu obyvatel v obci Uherský Ostroh (1971 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)

tab. 4 – Vývoj kapacity a využití ubytovacích zařízení obce Uherský Ostroh (2019 – 2021; zdroj ČSÚ; i.d. = nezveřejněná data)

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|------|------|------|
| Počet zařízení | 1 | 1 | 1 |
| pokoje | i.d. | i.d. | i.d. |
| lůžka | i.d. | i.d. | i.d. |
| Hosté | i.d. | i.d. | i.d. |
| z toho nerezidenti | i.d. | i.d. | i.d. |
| Přenocování | i.d. | i.d. | i.d. |
| z toho nerezidenti | i.d. | i.d. | i.d. |
| Průměrný počet přenocování (noci) | i.d. | i.d. | i.d. |

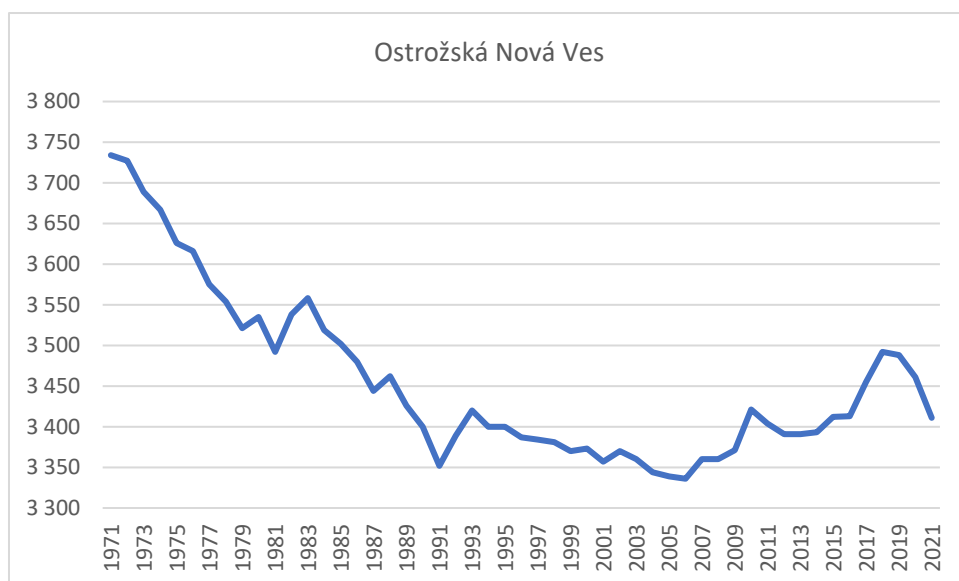


obr. 11 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Uherský Ostroh podle věkových skupin (zdroj ČSÚ; vlastní tvorba)

3.2.4. Ostrožská Nová Ves

Starostka – Jaroslava Bedřichová; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 3461 (viz obr. 12,13)

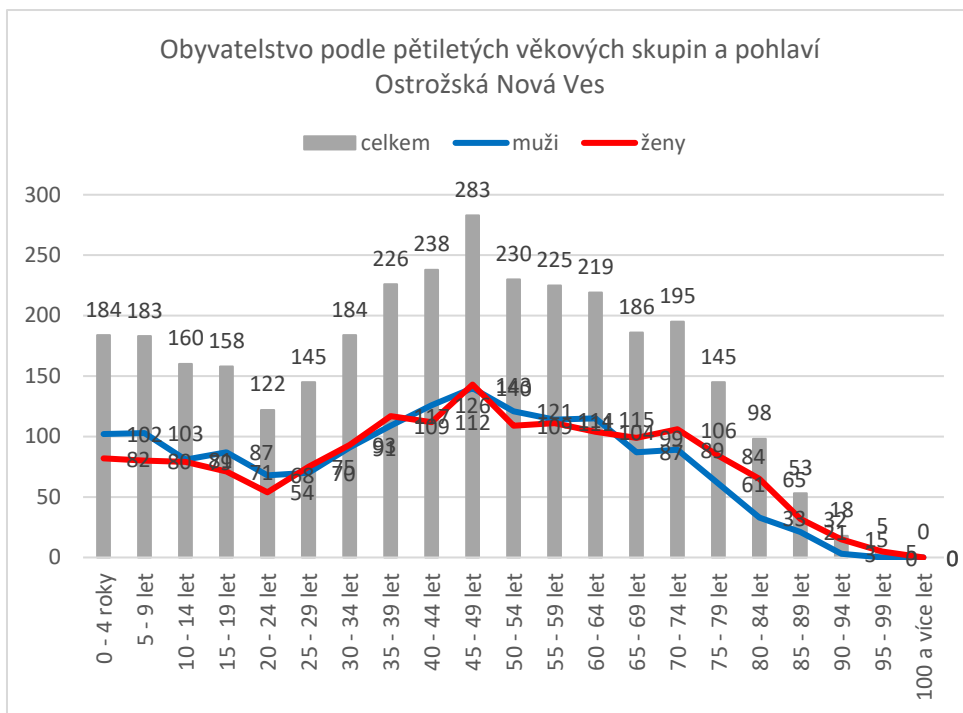
Jednou z turisticky vyhledávaných obcí mikroregionu je Ostrožská Nová Ves. Je to především zásluhou lázní a přírodních jezer. Sirnaté lázně vznikly už v roce 1903. Nacházejí se v lesoparku a zaměřují se na problémy pohybového aparátu a kožní nemoci. Kolem lázní vede včelí naučná stezka, což je dvanáct stanovišť podél pětakilometrového úseku cyklostezky od lázní až po zámek v Uherském Ostrohu. Informují o včelách, produktech a podobně. Turistickou zajímavostí jsou čtyři jezera, která vznikla v souvislosti s těžbou šterkopísku. Část jezer slouží rekreaci, část sportu nebo potápění i rybolovu. Jedno z jezer je zdrojem pitné vody. Jezera navíc poskytují útočiště různým rostlinám a živočichům. Turisté také navštěvují areál s ubytováním Slovácký dvůr. V obci je i golfový resort. Ostrožská Nová Ves zaznamenala do roku 2006 výrazný úbytek obyvatel. Od té doby se jejich počet mírně zvýšil, ale v několika posledních letech je opět vidět pokles (viz obr. 12). Populace je poměrně rovnoměrně zastoupená. Vedle nejpočetnější skupiny lidí v produktivním věku tvoří značnou část děti a neméně je seniorů (viz obr. 13) V obci se nachází 6 ubytovacích zařízení a počet hostů v roce 2021 byl 10893, tedy nejvíce v mikroregionu (viz tab. 5).



obr. 12 – Vývoj počtu obyvatel v obci Ostrožská Nová Ves (1971 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)

tab. 5 – Vývoj kapacity a využití ubytovacích zařízení obce Ostrožská Nová Ves (2019 – 2021; zdroj ČSÚ; i.d = nezveřejněná data)

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|
| Počet zařízení | 6 | 6 | 6 |
| pokoje | 167 | 184 | 184 |
| lůžka | 396 | 508 | 508 |
| Hosté | 8 895 | 9 892 | 10 893 |
| z toho nerezidenti | 766 | 2 595 | 472 |
| Přenocování | 58 194 | 56 810 | 60 876 |
| z toho nerezidenti | 2 519 | 9 092 | 1 238 |
| Průměrný počet přenocování (noci) | 6,5 | 5,7 | 5,6 |

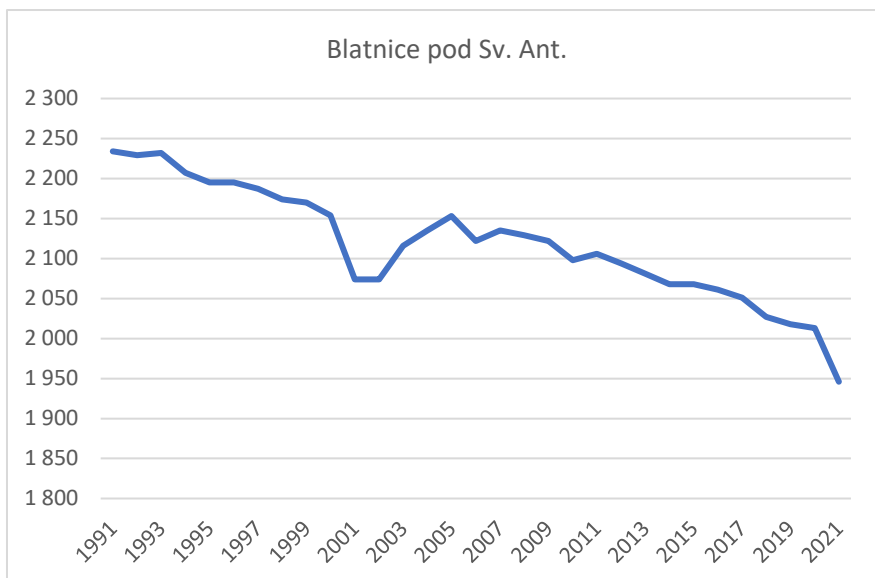


obr. 13 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Ostrožská Nová Ves podle věkových skupin (zdroj ČSÚ; vlastní tvorba)

3.2.5. Blatnice pod Svatým Antonínkem

Starostka – Svatava Blahynková; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 2013 (viz obr. 14,15)

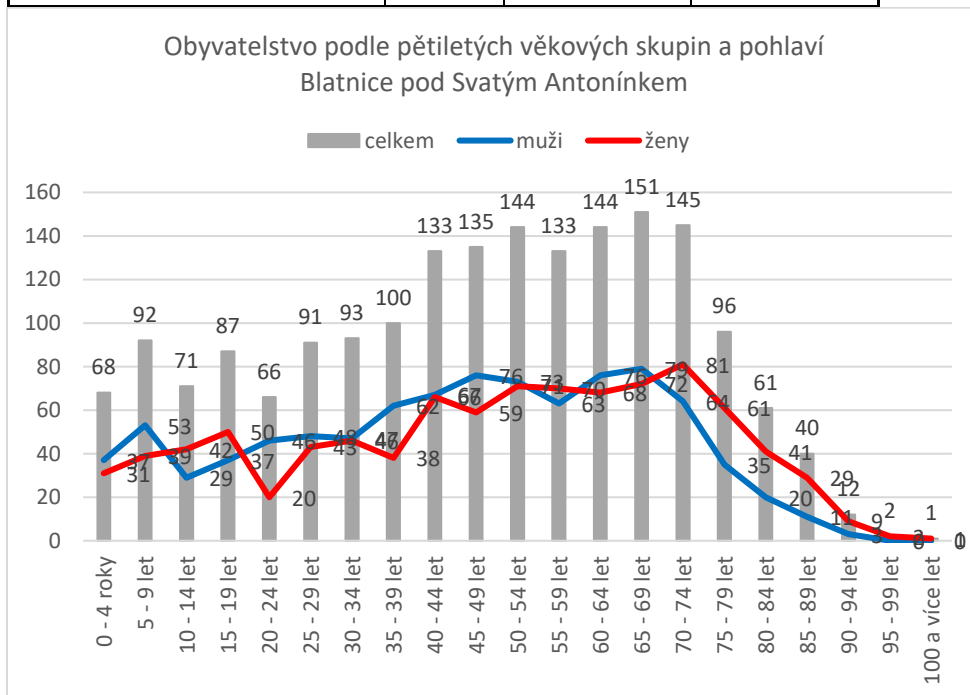
Plná starých vinných sklepů, vinohradů a vína je Blatnice pod Svatým Antonínkem. Obec leží pod kopcem svatého Antonínka, ze kterého je výhled široko daleko a kde stojí barokní kaple ze 17. století zasvěcená svatému Antonínu Paduánskému. Kopec je poutním místem. Pouti se konají čtyřikrát do roka. K pamětihodnostem obce patří i kostel svatého Ondřeje, kde je oltářní obraz od Joži Úprky. Významný je i toskánský sloup se sochou Panny Marie. V památkové rezervaci Pod Starýma horama jsou vinné sklepy nazvané bůdy, které jsou chloubou obce i vinařů. Bůdy i vinice se dědí z generace na generaci. Při akci nazvané Putování po blatnických búdách bývá otevřeno na 30 vinných sklepů. S výjimkou několika let klesá v posledních desetiletích počet obyvatel i v Blatnici (viz obr. 14). V obci žije především mnoho seniorů. Nejvýraznější skupinou jsou šedesátníci (viz obr. 15). Velké zastoupení mají i lidé v produktivním věku a nechybí děti. V obci se nachází 4 ubytovací zařízení a počet hostů v roce 2021 byl 2540 (viz tab. 6)



obr. 14 – Vývoj počtu obyvatel v obci Blatnice pod Svatým Antonínkem (1991 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)

tab. 6 – Vývoj kapacity a využití ubytovacích zařízení obce Blatnice pod Svatým Antonínkem (2019 – 2021; zdroj ČSÚ; i.d = nezveřejněná data)

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|------|-------|-------|
| Počet zařízení | 2 | 3 | 4 |
| pokoje | i.d. | 35 | 53 |
| lůžka | i.d. | 108 | 151 |
| Hosté | i.d. | 727 | 2 540 |
| z toho nerezidenti | i.d. | 76 | 29 |
| Přenocování | i.d. | 2 049 | 6 283 |
| z toho nerezidenti | i.d. | 154 | 170 |
| Průměrný počet přenocování (noci) | i.d. | 2,8 | 2,5 |

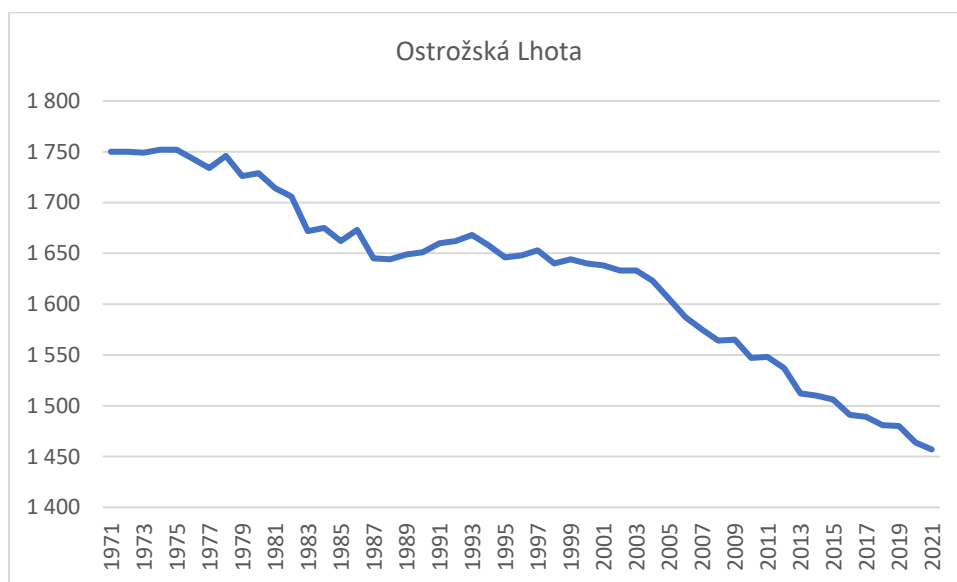


obr. 15 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Blatnice pod svatým Antonínkem podle věkových skupin (zdroj ČSÚ; vlastní tvorba)

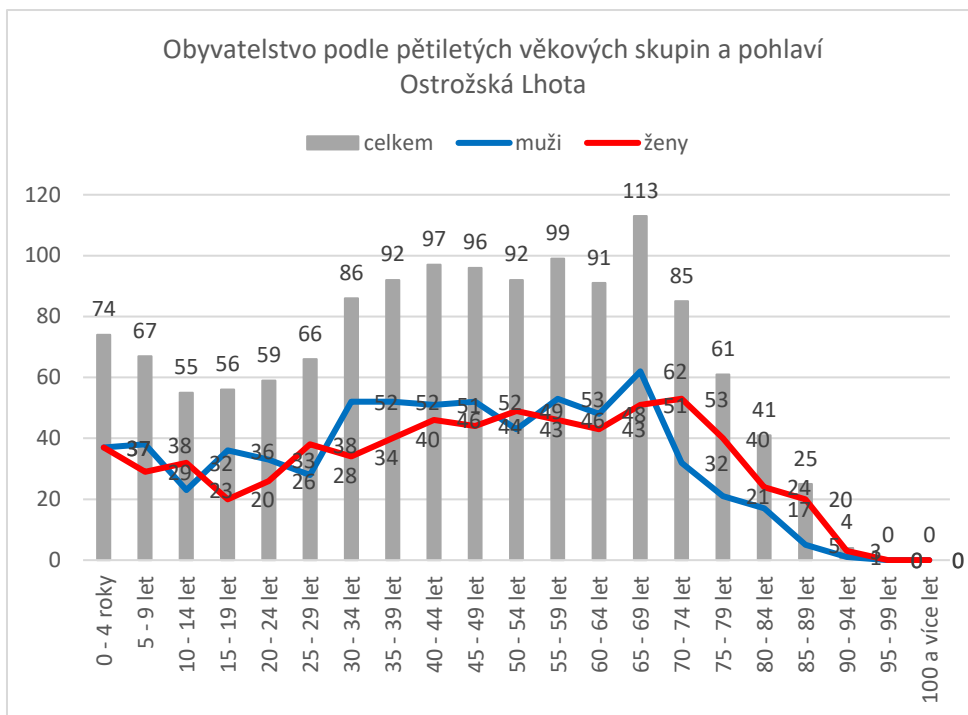
3.2.6. Ostrožská Lhota

Starosta – Roman Tuháček; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 1464 (viz obr. 16,17)

Na okraji Bílých Karpat a z druhé strany pod kopcem svatého Antonínka leží Ostrožská Lhota. Na území České republiky je přes 300 Lhot, ale Ostrožská patří k těm největším co do počtu obyvatel. Na okraji je solární elektrárna, která byla svého času největší ve střední Evropě. Dominantou obce je kostel sv. Jakuba, který vznikl v roce 1908. Stojí v místě zbořeného kostela. V obci stojí sochy Jana Křtitele z roku 1747, dále sv. Jana Nepomuckého, sv. Cyrila a Metoděje a sv. Petra a Pavla. Nachází se tam i Boží Muka z 18. století a Pastorační dům pátera Antonína Šuránka, rodáka z obce. V roce 2015 skončila v obci revitalizace nadregionálního biokoridoru. Ostrožská Lhota je také napojena na síť moravských cyklostezek. Propojuje obec se sousedním Uherským Ostrohem a také Hlukem. V Ostrožské Lhotě v posledních desetiletích klesl počet obyvatel o několik stovek (viz obr. 16). Nejvýraznější skupinou v obci jsou šedesátníci (viz obr. 17). Poměrně vyvážené zastoupení mají lidé v produktivním věku, o něco méně je dětí. V obci se nenachází žádné ubytovací zařízení a počet hostů nebyl v roce 2021 evidován.



obr. 16 – Vývoj počtu obyvatel v obci Ostrožská Lhota (1971 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)

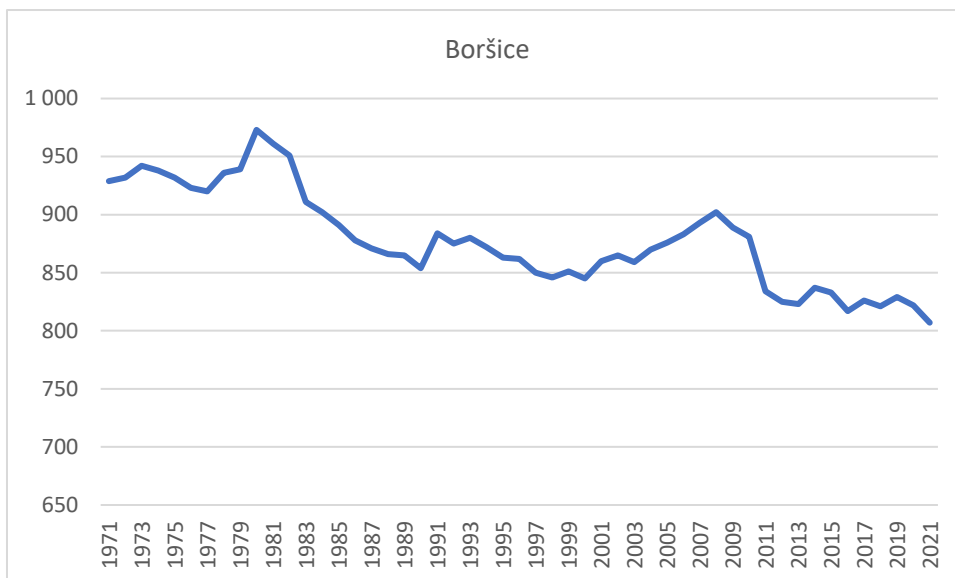


obr. 17 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Ostrožská Lhota podle věkových skupin (zdroj ČSÚ; vlastní tvorba)

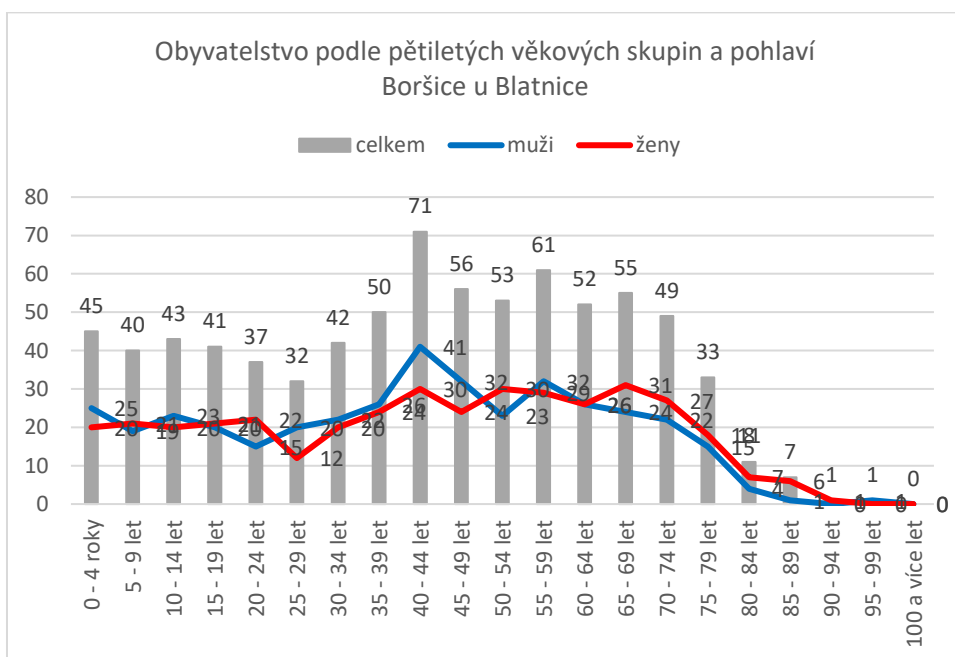
3.2.7. Boršice u Blatnice

Starosta – Bohuslav Vávra; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 822 (viz obr. 18,19)

V krajině Bílých Karpat se nacházejí Boršice u Blatnice, které patří mezi tři nejmenší obce mikroregionu. První písemná zpráva o obci pochází ze 13. století. Nejvýznamnější historickou památkou je kostel zasvěcený sv. Kateřině. Vznikl v roce 1788. Mezi tradice patří dechové hudby, ale také dobrovolný svaz hasičů. Vznikl v úvodu 20. století deset let poté, co v obci shořelo při požáru téměř 30 domů. Boršicemi také prochází vinařská cyklotrasa a naučná stezka. Chráněným územím jsou louky a pastviny asi kilometr severně od obce. Bohatý je výskyt vzácných teplomilných druhů rostlin. V lokalitě se nachází len žlutý a ohrožený druh motýla žluťásek barvoměnný. Počet obyvatel se v posledních desetiletích snížil i v Boršicích u Blatnice, přestože obec zaznamenala několik období nárůstu (viz obr. 18). U obyvatelstva je docela vyvážené zastoupení lidí v produktivním věku, seniorů i dětí (viz obr. 19) V obci se nachází jedno ubytovací zařízení a počet hostů nebyl v roce 2021 evidován.



obr. 18 – Vývoj počtu obyvatel v obci Boršice u Blatnice (1971 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)



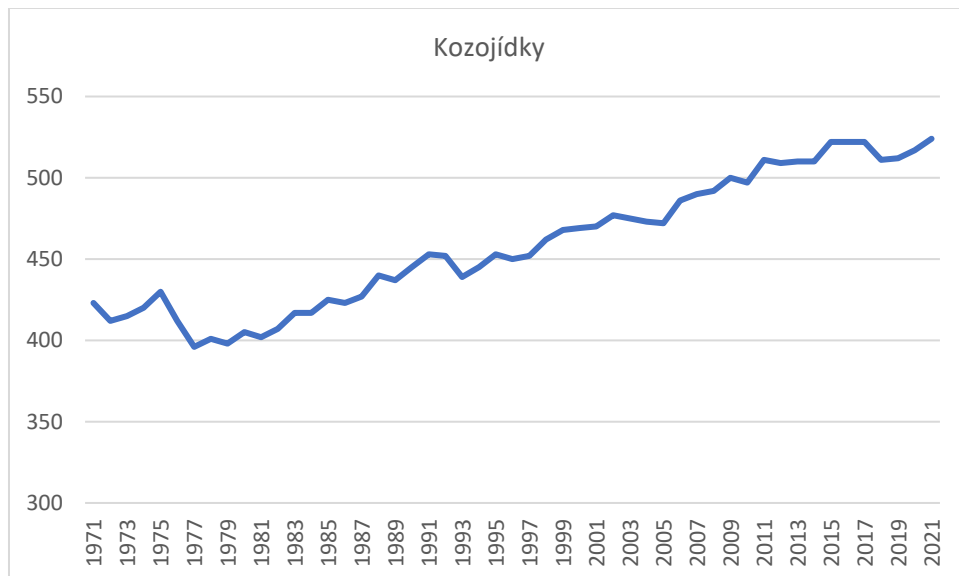
obr. 19 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Boršice u Blatnice podle věkových skupin (zdroj: ČSÚ; vlastní tvorba)

3.2.8. Kozojídky

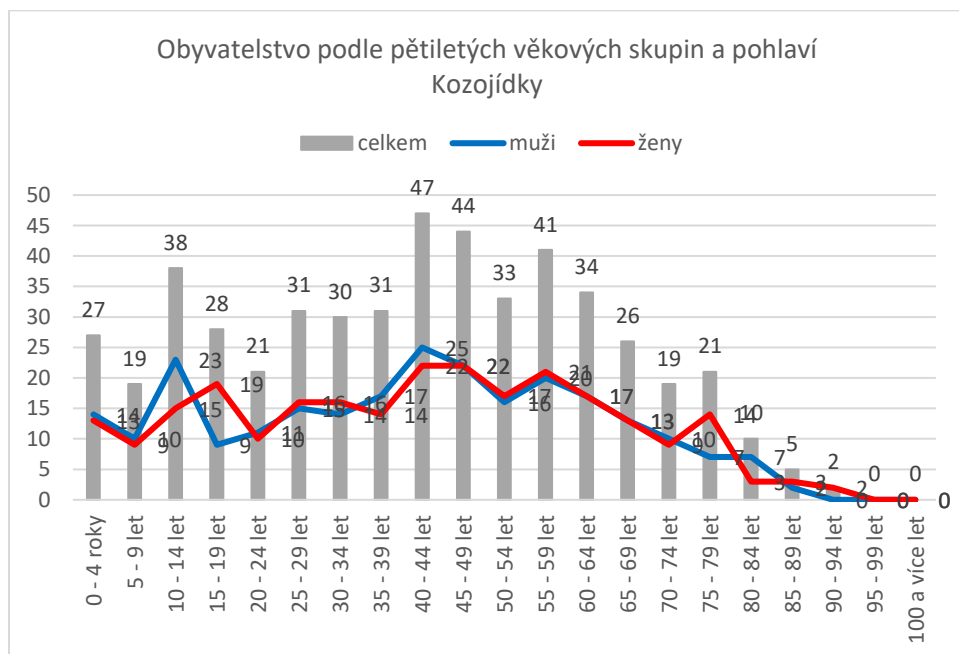
Starosta – Otakar Březina; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 517 (viz obr. 20,21)

Mezi dvě nejmenší obce mikroregionu patří Kozojídky, které leží tři kilometry od Veselí nad Moravou. Kozojídky se v roce 2016 umístily na třetí příčce celostátního kola Vesnice roku, ve které soutěžilo 251 obcí ze 13 krajů republiky. V obci je mateřská škola, do základní školy ale děti chodí do sousední Hroznové Lhoty. Mezi spolky patří honební společenstvo, sbor dobrovolných hasičů nebo sokol a zahrádkáři. Mezi Kozojídky a Veselím v údolí pod vrchem Radošov se nachází rybník. I když vznikl v roce 2008, využívá původní hráz Velkého veselského rybníka, který je v historických pramenech z 15. století.

Obec jako jedna z mála v mikroregionu zaznamenala v posledních desetiletích postupný nárůst počtu obyvatel (viz obr. 20). Mezi obyvateli převažují lidé v produktivním věku a také děti, senioři tvoří méně početnou skupinu (viz obr. 21). V obci se nenachází žádné ubytovací zařízení a počet hostů nebyl v roce 2021 evidován.



obr. 20 – Vývoj počtu obyvatel v obci Kozojídky (1971 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)

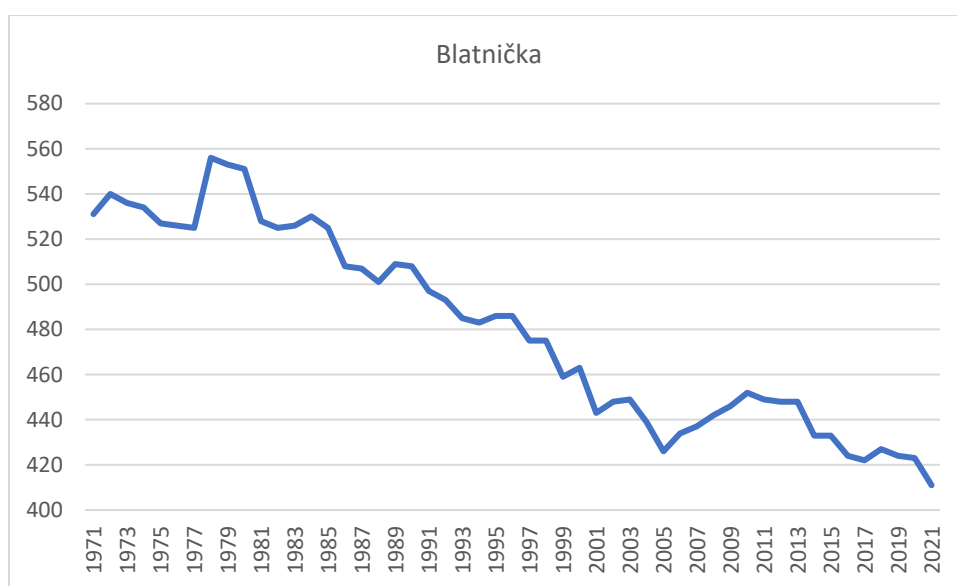


obr. 21 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Kozojídky podle věkových skupin (zdroj: ČSÚ; vlastní tvorba)

3.2.9. Blatnička

Starosta – Antonín Minařík; počet obyvatel k 1. 1. 2021: 423 (viz obr. 22,23)

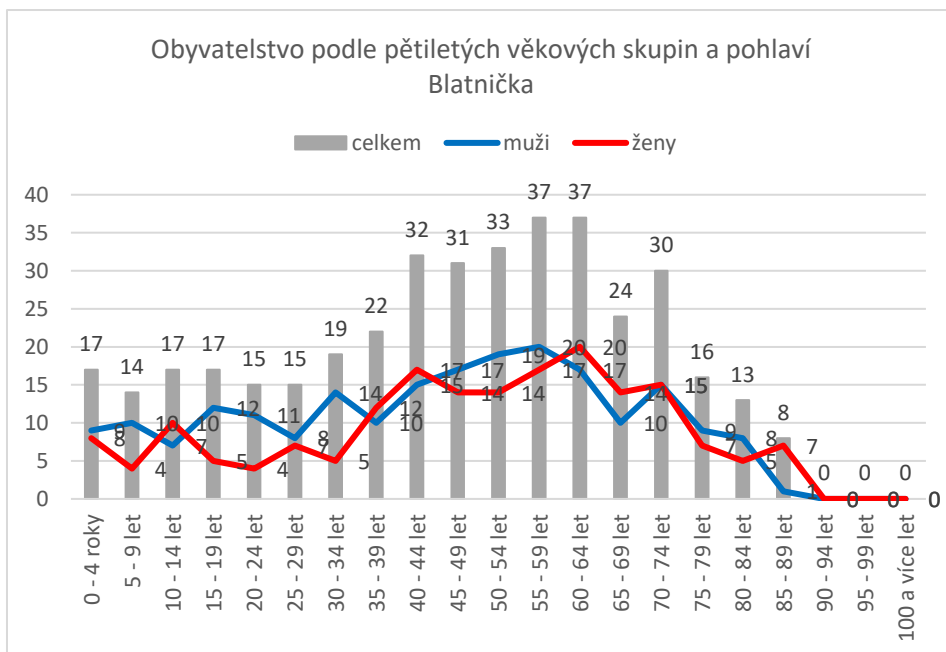
Nejmenší obcí mikroregionu je Blatnička. Největší dominantou je kostel Nanebevzetí Panny Marie, který vznikl mezi válkami. V jeho okolí se dochovalo i několik prehistorických nálezů. Nejstarší dochovanou stavbou je kaplička u Honu Zákapliči v západní části obce. Mezi další významné památky patří kaplička Panny Marie Sedmibolestné. Významnou tradicí je šití krojů, které zabezpečuje obecně prospěšná společnost Tradice Slovácka. V katastru obce se nachází přírodní památka nazvaná Borky, odkud jsou nálezy staré miliony let. Dalšími místy v přírodě jsou nejvyšší vrchol nad Blatničkou Jasenová, Farská louka nebo Milejovské louky. K obci se nerozlučně váže i vinařství. V obci se v posledních desetiletích snížil počet obyvatel (viz obr. 22). Nejpočetnější skupinou jsou lidé v produktivním věku, nezanedbatelnou skupinou jsou děti a senioři (viz obr. 23). V obci se nachází 3 ubytovací zařízení a počet hostů v roce 2021 byl 1393 (viz tab. 7)



obr. 22 – Vývoj počtu obyvatel v obci Blatnička (1971 – 2021; zdroj: ČSÚ, vlastní tvorba)

tab. 7 – Vývoj kapacity a využití ubytovacích zařízení obce Blatnička (2019 – 2021; zdroj ČSÚ; i.d = nezveřejněná data)

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|
| Počet zařízení | 3 | 3 | 3 |
| pokoje | 31 | 31 | 32 |
| lůžka | 105 | 105 | 91 |
| Hosté | 2 327 | 1 641 | 1 393 |
| z toho nerezidenti | 260 | 93 | 39 |
| Přenocování | 3 537 | 2 777 | 1 606 |
| z toho nerezidenti | 376 | 161 | 57 |
| Průměrný počet přenocování (noci) | 1,5 | 1,7 | 1,2 |



obr.23 – Rozložení počtu obyvatelstva obce Blatnička podle věkových skupin (zdroj ČSÚ; vlastní tvorba)

3.3. Předmět a cíle činnosti MOV

Dobrovolný svazek obcí byl založen za účelem koordinace společných záměrů, rozvíjení spolupráce a zajištění dalšího celkového rozvoje v oblasti hospodářské, sociální, kulturní, sportovní i v oblasti cestovního ruchu. Jeho činnost vede k prosazování názorů a zájmů členských obcí a měst, které odpovídají vývojovým trendům regionu při zachování místních lidových tradic.

Cíle činnosti MOV:

- růst trvalé prosperity MOV jako celku
- vytváření podmínek pro zajištění místní i regionální infrastruktury
- příprava společných záměrů a rozvojových projektů a s tím související vyhledávání možností financování připravovaných nebo realizovaných projektů, podávání dotačních žádostí
- podpora investic do veřejného i soukromého sektoru v celé zájmové oblasti
- rozvoj regionálních informačních systémů - databáze informací o obcích, rozvojových projektech, objektech, hospodářství, kultuře, demografii, cestovním ruchu
- komunikace s veřejností, informování o společenském a kulturním dění v členských obcích mikroregionu formou provozování a administrace internetových stránek, profilů na sociálních sítích, mobilní aplikace
- podpora rozvoje turistického ruchu v celé zájmové oblasti
- podpora udržení a rozvoje tradiční lidové kultury v celé zájmové oblasti
- zprostředkování kontaktů a spolupráce s obdobnými právníckými osobami

Mikroregion se sídlem ve Veselí nad Moravou (viz obr. 24) vykonává dále vedlejší doplňkovou činnost. Je blízká hlavnímu předmětu činnosti a je vykonávána za účelem dosažení zisku k financování aktivit v rámci hlavní činnosti mikroregionu. Jedná se zejména činnosti v oblasti:

- zprostředkovávání obchodu a služeb, velkoobchod, maloobchod

- poradenská a konzultační činnost
- reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení, propagace MOV na veletrzích a výstavách cestovního ruchu
- služby v oblasti administrativní správy a služby organizačně hospodářské povahy
- cestovní ruch a činností s ním související
- mimoškolní výchova a vzdělávání, pořádání kurzů, školení
- pořádání kulturních akcí a produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí.
- správa, údržba, zajištění provozu majetku ve vlastnictví MOV, včetně jeho výpůjček

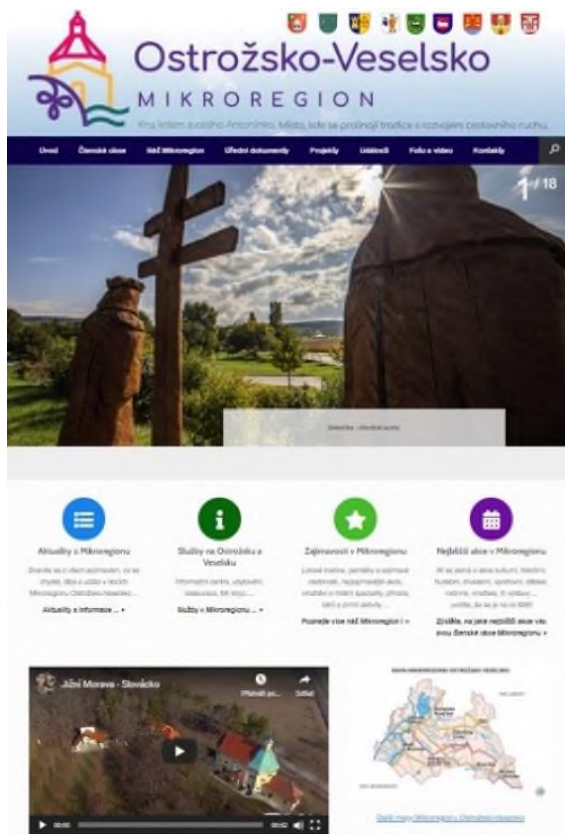


obr. 24 - Sídlo Mikroregionu Ostrožsko – Veselsko

3.4. Současný stav komunikace - elektronická forma

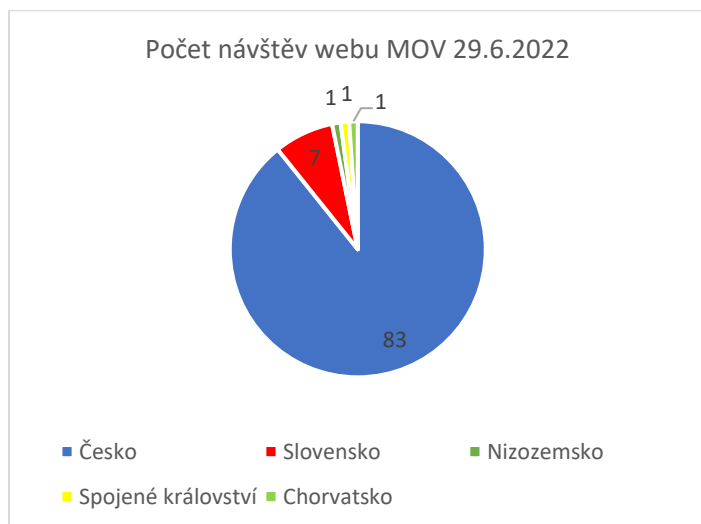
3.4.1. Webové stránky

Webové stránky mikroregionu Ostrožsko-Veselsko www.ostrozsko.cz vznikly v roce 2009. Tyto stránky byly převážně statické, neměnné. Aktivní proměnná část webových stránek se skládala pouze z části, kde byly vkládány plánované kulturní akce v obcích mikroregionu na základě informací z infocenter a obecních či městských úřadů. Z průzkumu návštěvnosti u provozovatele DAT vyplynulo, že na těchto stránkách byla téměř nulová návštěvnost.



obr. 25 – Webové stránky MOV (zdroj: www.ostrozske-veselsko.cz)

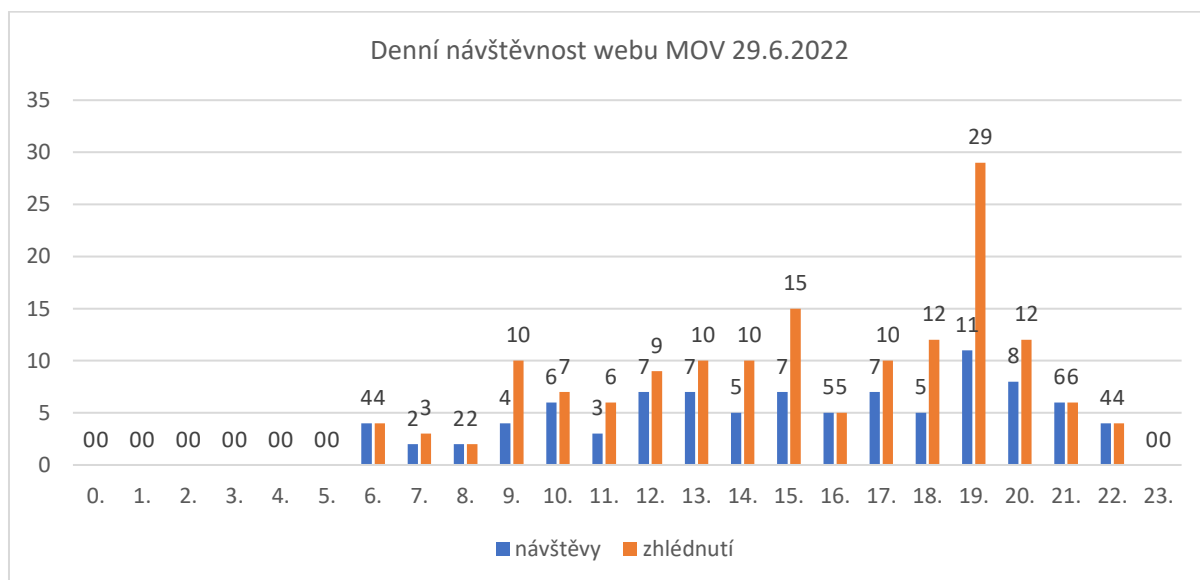
Nové stránky pod adresou www.ostrozske-veselsko.cz (viz obr. 25) byly prezentovány v roce 2019. Vkládání kulturních akcí je administrováno manažerem mikroregionu Ostrožsko- Veselsko.



obr. 26 – Rozložení návštěvnosti ze států k 29.6.2022 (zdroj: www.toplist.cz; vlastní tvorba)

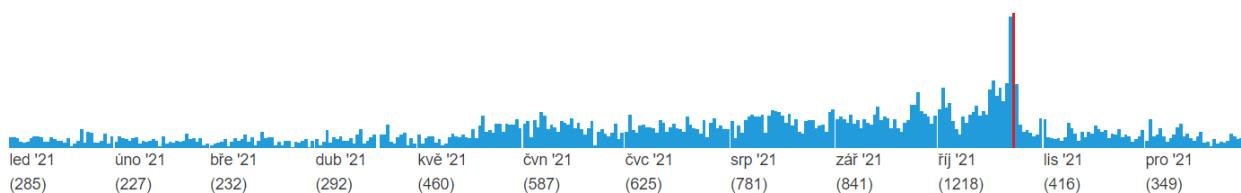
Současné stránky vyhovují standardu webu, jsou navštěvovány převážně z ČR (dne 29.6.2022; viz obr. 26), konkrétně 93 návštěv, 7 ze Slovenska a 1 z Chorvatska, Spojeného království a Holandska. Jistou nevýhodou skýtá pouze desktopové zpracování, stránky nejsou dobře čitelné na mobilních zařízeních. Nejhledanějším tématem byla dne 29.6.2022 byla stránka „Jízda králů Hluk 2022 a Dolňácké slavnosti

písni a tanců“. Tentýž den měl web celkem 93 návštěv a 154 shlédnutí (viz obr. 27). Další nevýhodou je absence jazykových mutací, především AJ a NJ.



obr. 27 – Rozložení návštěv webu během dne 29.6.2022 (zdroj: www.toplist.cz; vlastní tvorba)

Z analýzy vyplývá, že stránky jsou nejčastěji navštěvovány v letním období a v období září a října, což koresponduje s turistickou sezonou a konáním kulturních akcí v MOV a okolí. (viz obr. 28, tab. 8)



obr. 28 – Rozložení návštěvnosti 2021 (zdroj: www.toplist.cz)

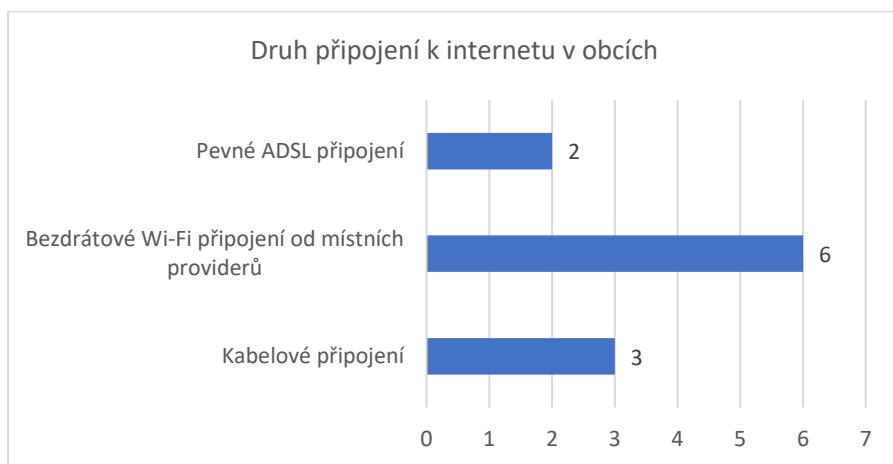
tab. 8 – Rozložení měsíční návštěvnosti webu MOV v letech 2019 - 2021 (zdroj: www.toplist.cz; vlastní tvorba)

| měsíc/rok | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------|-------------|---------------|--------------|
| leden | 0 0.0 % | 1151 100.0 % | 285 -75.2 % |
| únor | 0 0.0 % | 1524 100.0 % | 227 -85.1 % |
| březen | 0 0.0 % | 647 100.0 % | 232 -64.1 % |
| duben | 0 0.0 % | 426 100.0 % | 292 -31.5 % |
| květen | 0 0.0 % | 714 100.0 % | 460 -35.6 % |
| červen | 28 100.0 % | 1381 4832.1 % | 587 -57.5 % |
| červenec | 19 100.0 % | 967 4989.5 % | 625 -35.4 % |
| srpen | 97 100.0 % | 589 507.2 % | 781 32.6 % |
| září | 545 100.0 % | 471 -13.6 % | 841 78.6 % |
| říjen | 684 100.0 % | 291 -57.5 % | 1218 318.6 % |
| listopad | 769 100.0 % | 251 -67.4 % | 416 65.7 % |
| prosinec | 746 100.0 % | 229 -69.3 % | 349 52.4 % |
| | 2888 | 8641 | 6313 |

Ze sledování vyplývá, že úspěšnost sledování nového webu má zřejmě nejasnou tendenci vývoje. Statistiku ovlivnila i epidemie COVID 19, data nového webu můžeme sledovat pouze 2,5 roku zpětně,

což není ze statistického pohledu relevantní a je třeba vývoj sledovanosti sledovat v delším časovém horizontu.

Důležitou komponentou v realizaci komunikace mezi obyvateli a obcí, resp. mikroregionem je i internetové připojení. Z analýzy jednotlivých obcí vyplývá, že je internetové připojení umožněno všem obyvatelům obcí, tuto komunikační bariéru proto můžeme pominout (viz obr. 29). Většina obcí mikroregionu nabízí občanům bezdrátové wi-fi připojení. Část využívá kabelové připojení, některé pevné připojení a v Hluku využívají všechny možnosti.



obr. 29 – Druh internetového připojení v jednotlivých obcích MOV (Pozn. některé obce uvedly více možností připojení; zdroj: vlastní tvorba)

3.4.2. Facebook

Mikroregion disponuje fungující sociální sítí Facebook, která byla vytvořena 5.8.2020. Příspěvky jsou pravidelně vkládány, zahrnují široké spektrum informací, převážně z kulturních a sportovních akcí určených občanům i návštěvníkům obcí. Hlavní stránka obsahuje kontaktní informace i prostor pro zpětnou vazbu. K 29.6. má stránka 472 like a 491 sledujících. Stránka nedisponuje žádným doporučením a neobdržela žádná hodnocení. Na stránce se nachází jedno video a velké množství fotografií.

3.4.3. Aplikace Česká obec

V rámci projektu je průběžně zaváděn unifikovaný informační systém. Byla zvolena aplikace Česká Obec, která splnila všechny požadavky obcí. Unifikaci brání v některých případech závazky s jinými dodavateli nebo technické problémy s obsluhou aplikace, nicméně jak je patrné, řada obcí již tento systém používá. Informaci o možnosti stažení aplikace i jejích benefitech zveřejňuje většina obcí na svém obecním webu (viz obr. 30). Informaci o benefitech pro region Ostrožsko – Veselsko přímo na webových stránkách MOV není zřetelná a zasloužila by si snadnější přístup a výraznější propagaci. Analýza aplikace v jednotlivých obcích je součástí kap. 3.5. Aplikaci si instalují obyvatelé pro každou obec zvlášť.



obr. 30 – Reklama aplikace „Česká Obec“ na Facebooku MOV 4.5.2022 (zdroj: www.facebook.com) a na webu obce „Hluk“ (zdroj: www.mestohluk.cz)

3.4.4. Současný stav komunikace - listinná forma

Mikroregion disponuje reklamními letáky jednotlivých obcí a celého mikroregionu, které jsou dostupné v informačních centrech a také rozdávány na kulturních akcích se stánkovým prodejem mikroregionu. Dále jsou nabízeny na veletrzích. Mikroregion Ostrožsko-Veselsko je také veřejnosti prezentován organizací kulturních událostí a účastí na kulturních akcích stánkovým prodejem dárkových předmětů, které tvoří v současné podobě převážně publikace místních autorů. V roce 2018 byla vytvořena velkoformátová malovaná mapa mikroregionu pro umístění do stojanů, tuto mapu obdrželo všech tehdejších osm členských obcí k propagaci na katastrálním území dané obce.

3.4.5. Současný stav komunikace - místní forma komunikace

Fyzická forma komunikace s veřejností je zprostředkována v současné době především obecními úřady a informačními centry. Analýza komunikace s veřejností na úrovni jednotlivých obcí je součástí kapitoly 3.5. Informační centrum je hlavní zdroj informací v oblasti cestovního ruchu a nabídky praktické propagace tradic, folklóru a atraktivit v regionu. Nabízí možnost společné propagace a spolupráce při vytváření nabídky služeb pro turisty. Zároveň je pomocníkem pro místní obyvatele, návštěvníky i turisty.

V současné době fungují informační centra v rámci mikroregionu ve Veselí nad Moravou, v Uherském Ostrohu a v Hluku. Tato informační centra nabízí a poskytují jednak bezplatné informační služby:

- ubytování, stravování, turistické atraktivity, sport a kulturní památky,
- databáze místních podnikatelů, obchodů a organizací
- bezplatný přístup k internetu

- rezervace vstupenek
- odjezdy autobusů a vlaků tipy na výlet po okolí regionu
- a placené služby:
- ubytování
- půjčování jízdních kol
- kopírování, skenování, tisk, laminování
- prodej propagačních předmětů, suvenýrů a vstupenek

3.4.6. Turistická informační centra

V současné době na území Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko fungují tři turistická informační centra (dále jen TIC). Jejich hlavní náplní je sběr informací o regionu, jeho historii, památkách, nejrůznějších zajímavostech a okolní přírodě. Centra následně zprostředkovávají tyto informace turistům a návštěvníkům regionu, ale také místním obyvatelům jakožto zdroj informací o aktuálním dění v dané oblasti.

TIC Veselí nad Moravou

TIC Veselí nad Moravou, nám. Míru 664, se nachází v objektu zrekonstruovaného Panského dvora, v centru města Veselí nad Moravou. TIC zahájilo svůj provoz 1. prosince 2012. Jeho účelem je sloužit nejen městu Veselí nad Moravou, ale celému regionu Veselska, který zahrnuje dalších 21 obcí patřících do jeho územně správního obvodu. Konkrétně se jedná o obce: Blatnice pod Svatým Antonínkem, Blatnička, Hroznová Lhota, Hrubá Vrbka, Javorník, Kněždub, Kozojídky, Kuželov, Lipov, Louka, Malá Vrbka, Moravský Písek, Nová Lhota, Radějov, Strážnice, Suchov, Tasov, Tvarožná Lhota, Velká nad Veličkou, Vnorovy a Žeraviny. TIC Veselí nad Moravou je členem Asociace turistických informačních center České republiky a držitelem certifikátu Jednotné klasifikace turistických informačních center ČR a také vlastní certifikát „Cyklisté vítání“. V tab. 9 je uvedena provozní doba centra.

tab. 9 – Informační centrum Veselí nad Moravou (zdroj: aticcr.cz)

| Období | Provozní doba |
|--|--|
| Mimo hlavní sezónu (od října do května vč.) | pondělí - pátek: 9.00 – 17.00 |
| Hlavní turistická sezóna (od června do září vč.) | pondělí – sobota: 9.00 – 17.00; Ne 13.00 – 17.00 |
| kontakt | tel.:518 321 881 info@tic-veseli.cz |
| web | www.tic-veseli.cz |
| Klasifikační třída A.T.I.C. ČR | B |

Ve dnech státních svátků v době trvání hlavní turistické sezóny je provoz TIC zajištěn. Mimo hlavní sezónu je TIC otevřeno, pokud je příslušný svátek doprovázen konáním akce většího významu, kdy lze předpokládat zvýšenou návštěvnost. Informační centrum disponuje webem se třemi jazykovými mutacemi (CZ/EN/DE).

Informační centrum Hluk

Informační centrum Hluk, které se nachází na Komenského náměstí 158, spravuje Městský úřad v Hluku. Je hlavním zdrojem informací o městě Hluk. Návštěvník zde najde informace z oblasti

cestovního ruchu, propagace, folklóru a mnoho dalšího. Pracovníci disponují jazykovými kompetencemi AJ. V tab. 10 je uvedena provozní doba centra.

tab. 10 – Informační centrum Hluk (zdroj: aticcr.cz)

| Období | Provozní doba |
|---|--|
| Mimo hlavní sezónu (1.10. - 31.5.) | pondělí - pátek: 9:00 - 16:00 |
| Hlavní turistická sezóna (1.6. - 30.9.) | pondělí - neděle: 10:00 - 17:00 |
| | |
| kontakt | tel.: 572 111 312; mobil: 724 068 767 icmhlak@seznam.cz |
| web | facebook.com/icmhlak http://www.mestohluk.cz |
| Klasifikační třída A.T.I.C. ČR | C |

Informační centrum Uherský Ostroh

Informační centrum Uherský Ostroh, které se nachází na Zámecké ulici 24 (viz obr. 31), poskytuje občanům i turistům města informace o pamětihodnostech a turistických atraktivitách města a okolí. Umožňuje prodej vstupenek na prohlídkové trasy ostrožského zámku (Zámecká galerie, zámecká věž, podzemí zámku) i prodej vstupenek na vybrané akce pořádané městem. Dále poskytuje informace o kulturních, společenských a sportovních akcích ve městě, informace o ubytování, stravování a službách ve městě a okolí, tipy na výlety v regionu, informace o vlakovém a autobusovém spojení. Nabízí vybrané propagační materiály zdarma, prodej turistických známek, knih, brožur, suvenýrů a dalších propagačních předmětů spojených s městem a okolím, K dostání jsou zdarma Ostrožské listy (měsíčník o Uherském Ostrohu). Centrum je prodejním místem časopisu Malovaný kraj, umožňuje bezplatný přístup k internetu, poskytuje službu úschovy zavazadel, kopírování, tisk, laminování, kroužkovou vazbu i možnost ubytování ve dvou apartmánech s celkovou kapacitou 11 pevných lůžek. Zaměstnanci IC komunikují v českém, anglickém, ruském a polském jazyce. V tab. 11 je uvedena provozní doba centra.

tab. 11 – Informační centrum Uherský Ostroh (zdroj: www.uhostroh.cz)

| Období | Provozní doba |
|---|--|
| Mimo hlavní sezónu (1.10. - 30.4.) | pondělí - neděle: 13.00 - 17:00 |
| Hlavní turistická sezóna (1.5. - 30.9.) | pondělí - neděle: 9:00 - 12:00 12:30 – 17.00 |
| | |
| kontakt | tel: 572 503 960 mail: infocentrum@uhostroh.cz |
| web | www.uhostroh.cz/index.php/informacni-centrum-2 |
| Klasifikační třída A.T.I.C. ČR | C |

Jednotlivé obce se prezentují pořádáním a spoluúčastí na kulturních akcích. Mikroregion se na těchto akcích prezentuje stánkovým prodejem a nabídkou letáků a publikací. Mikroregion provozuje webové stránky www.ostrozske-veselsko.cz.



obr. 31 - Informační centrum v Uherském Ostrohu (zdroj: www.uhostroh.cz)

Jsou zde informace zaměřené převážně na turisty. Jsou o službách v mikroregionu, informačních centrech, restauracích, ubytovacích zařízeních, lidových tradicích, krojích, architektuře, o místních řemeslnících a jejich výrobcích, místních památkách a pamětihodnostech, vinařství a přírodě. Kromě informačních center obcí v mikroregionu funguje i Informační centrum Baťova kanálu. Poskytuje kompletní informace o možnostech turistiky na Baťově kanálu. Informuje o nabídce lodí v jednotlivých půjčovnách a o pravidelných plavbách na celé délce kanálu, o provozu na vodní cestě (komorování, splavnost, překážky a opravy), o legislativě (oprávnění a vyhlášky) a o možnostech trávení volného času v regionu. Prodává také různé propagační předměty Baťova kanálu, jako např. trička, cyklistické pásky, míčky, odznaky, turistické známky, Průvodce Baťovým kanálem atd.

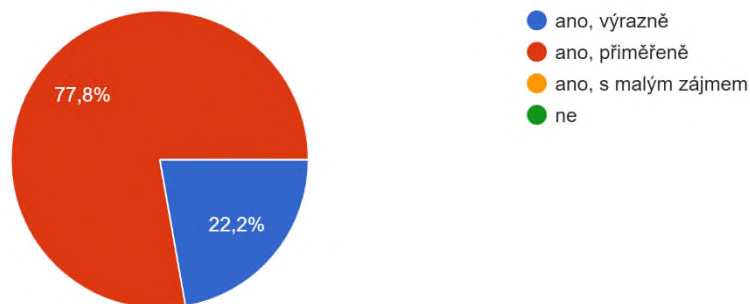
V mikroregionu se nachází i Informační středisko chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty. Vzniklo ve Veselí nad Moravou, provozovatelem je VIS Bílé Karpaty, o.p.s. Poskytuje informace o CHKO Bílé Karpaty, prodává publikace o přírodě, krajině a kultuře Bílých Karpat a přilehlého regionu, dále mapy, pohlednice, turistické vizitky a jiné turistické předměty, pořádá akce pro veřejnost, nabízí průvodcovské služby. (zdroj: www.vis.bilekarpaty.cz)

3.5. Anketní dotazník starostům obcí mikroregionu

Součástí analýzy byl anketní dotazník komunikace s veřejností u obcí Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko. Dotazník měl 20 otázek a byl určen k vyplnění starostům mikroregionu. Návratnost anketního dotazníku byla 100%.

Otázka č. 1 - Jak využívají obyvatelé úřední dny pro informace

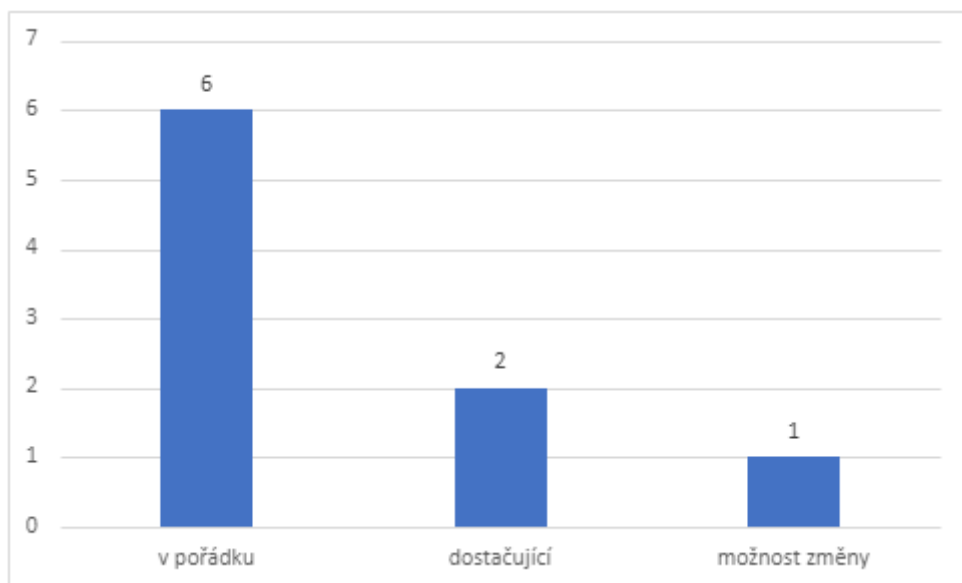
Sedm z devíti obcí uvedlo, že obyvatelé využívají úřední dny přiměřeně. V Ostrožské Lhotě a Hluku registrují výraznou návštěvnost lidí v úředních hodinách (viz obr. 32).



obr. 32 – Využití úředních hodin občany (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 2 - Jsou úřední hodiny a dny v rámci preferencí obyvatel v pořádku nebo vnímáte požadavky na změnu?

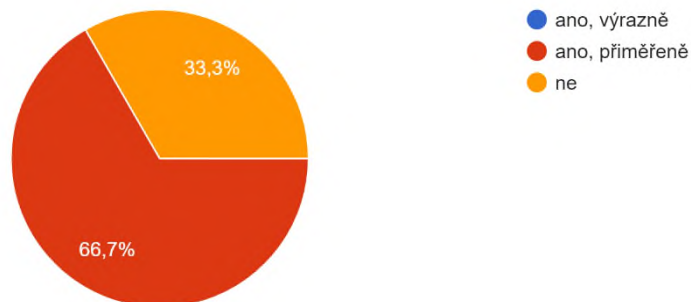
Obce vesměs považují úřední hodiny za dostatečně a přiměřeně stanovené. V Ostrožské Lhotě občané chodí občas i mimo úřední dny. V Hluku vnímají možnost změny, ke které jim ale chybí pracovní síla (viz obr. 33).



obr. 33 – Spokojenost občanů s rozložením úředních hodin (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 3 - Zdržuje Vaše pracovníky informování v rámci fyzických návštěv občanů v jiné práci?

Dvě třetiny obcí uvedly, že s ohledem na vypořádání fyzických návštěv občanů vnímají přiměřenou prodlevu v jiné práci zaměstnanců. Veselí nad Moravou ani Boršice u Blatnice tuto prodlevu neregistrují (viz obr. 34).



obr. 34 – Zaměstnanost pracovníků úřadu fyzickými návštěvami občanů (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 4 - Máte v obci informační centrum?

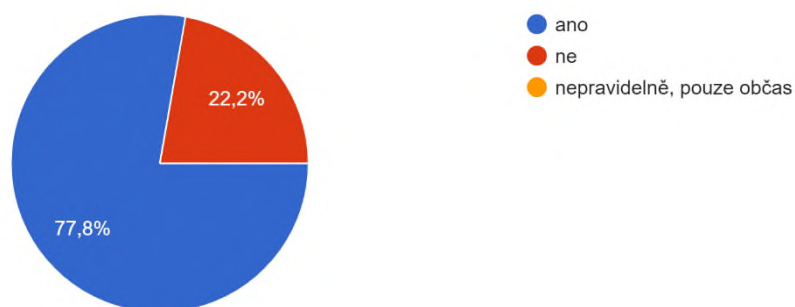
Pět obcí uvedlo, že nemá informační centrum. Čtyři obce odpověděly, že centrum mají. Uvedly dovětek, že centrum funguje dobře (viz obr. 35).



obr. 35 – Informační centra v obcích (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 5 - Vydáváte pravidelně informace občanům v tištěné podobě?

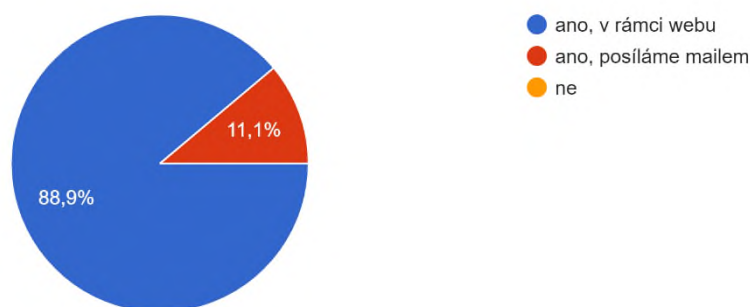
Sedm obcí pravidelně občanům podává informace tištěnou formou. Kozojídky a Boršice u Blatnice to nedělají (viz obr. 36).



obr. 36 – Vydávání informací v tištěné podobě (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 6 - Vydáváte pravidelně informace občanům v elektronické podobě?

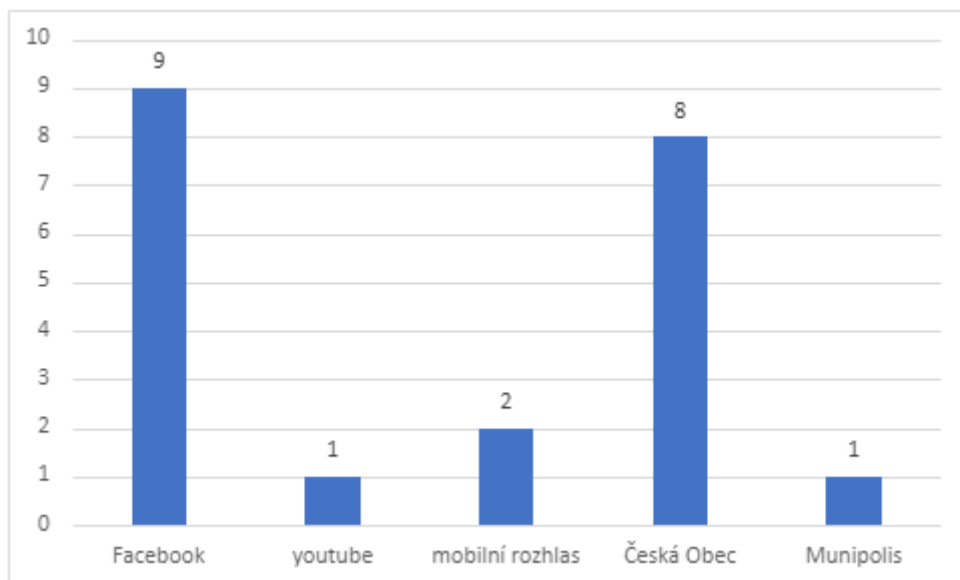
Všechny obce pravidelně podávají občanům informace v elektronické podobě. Osm z nich k tomu využívá web, Blatnička posílá informace emailem (viz obr. 37).



obr. 37 – Vydávání informací v elektronické podobě (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 7 - Používáte ke komunikaci další webové platformy?

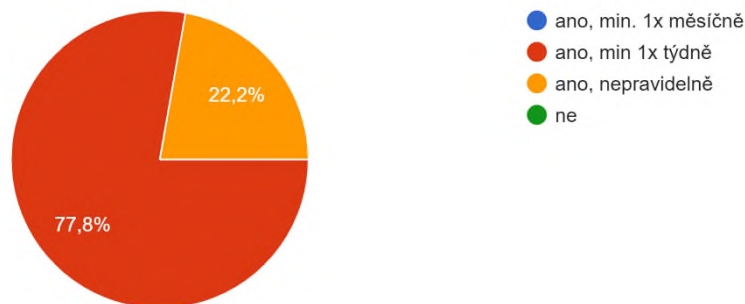
Všechny obce využívají ke komunikaci facebookovou stránku. U šesti z nich má zřízený profil přímo samotná obec. U tří mají zřízený profil starostové obcí. Dále obce kromě Veselí nad Moravou využívají aplikaci Česká Obec. Uherský Ostroh používá i aplikaci Munipolis. Pouze Veselí nad Moravou má zřízený youtube kanál k přidávání videí. (viz obr. 38)



obr. 38 – Využití dalších webových platforem (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 8 - Využíváte k informování veřejný rozhlas?

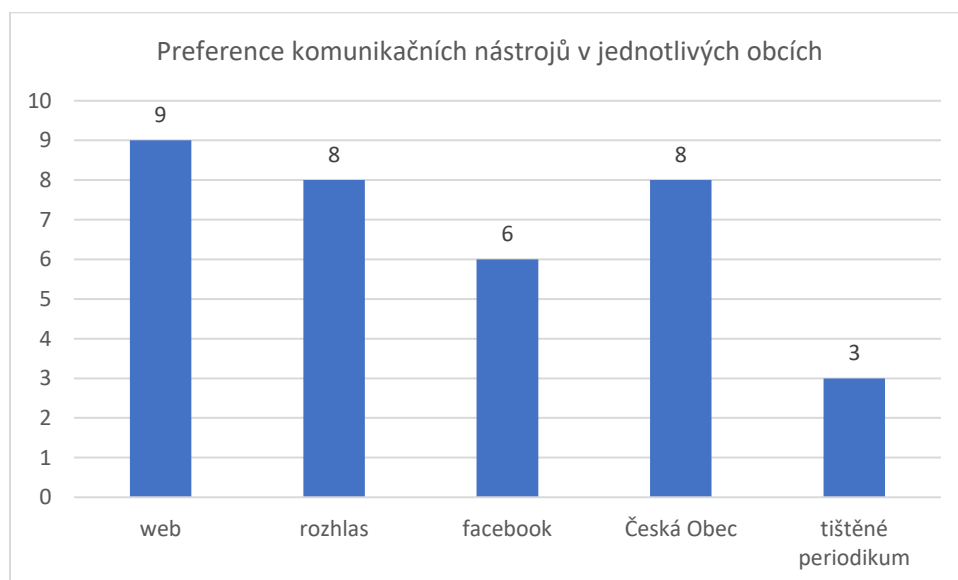
Všech devět obcí mikroregionu používá k informování občanů veřejný rozhlas. Z toho sedm z nich ho používá alespoň jednou týdně. Veselí nad Moravou a Ostrožská Lhota ho používají nepravidelně (viz obr. 39).



obr. 39 – Využití veřejného rozhlasu (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 9 - Které možnosti komunikace preferujete a proč?

Obce Mikroregionu Ostrosko-Veselsko jednoznačně preferují komunikaci prostřednictvím webových stránek a veřejného rozhlasu, které používá všech devět členů. Veselí nad Moravou jakožto největší město používá rozhlas spíše při událostech, kdy nejde například voda nebo elektřina. Jinak využívá jiných kanálů jako například sociální sítě. Sociální sítě, především facebookovou stránku, má zřízeno šest obcí. Osm obcí s výjimkou Veselí využívá aplikaci Česká Obec, přes kterou posílá občanům různé informace od upozornění až po pořádání akcí. Část členů používá i vlastní tištěné periodikum (viz obr. 40).



obr. 40 – Preference komunikačních nástrojů v jednotlivých obcích (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 10 - Kolik lidí si již aplikaci Česká Obec stáhlo?

Obce mikroregionu používají aplikaci Česká Obec od dubna 2022 s výjimkou Veselí nad Moravou, které ji nevyužívá. V některých obcích si aplikaci stáhly už stovky lidí, někde ještě použití aplikace ladí. Nejvíce obyvatel ji má v Ostrožské Lhotě, a to téměř 600. Je to více než třetina obce (viz tab. 12).

tab. 12 – Počet a podíl uživatelů aplikace „Česká Obec“ v jednotlivých obcích MOV (zdroj: vlastní tvorba)

| Obec | počet uživatelů | počet obyvatel | podíl uživatelů na obyvatele (%) |
|--------------------------------|-----------------|----------------|----------------------------------|
| Ostrožská Nová Ves | 200 | 3411 | 5,86 |
| Blatnice pod Svatým Antonínkem | 0 | 1946 | 0 |
| Veselí nad Moravou | 0 | 10577 | 0 |
| Hluk | 269 | 4249 | 6,33 |
| Blatnička | 131 | 411 | 31,87 |
| Ostrožská Lhota | 580 | 1457 | 39,81 |
| Uherský Ostroh | 220 | 4187 | 5,25 |
| Kozojídky | 79 | 524 | 15,07 |
| Boršice u Blatnice | 0 | 807 | 0 |

Otázka č. 11 - Jak často dáváte do aplikace zprávy?

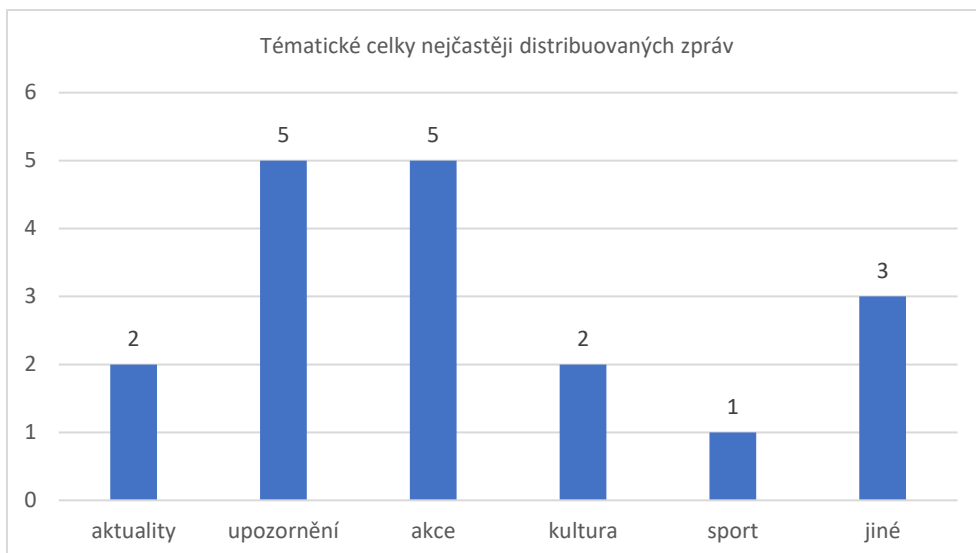
Část obcí využívá aplikaci Česká Obec podle potřeby. Některé ale vkládají zprávy denně, ob den nebo dvakrát týdně (viz tab. 13).

tab. 13 – Četnost distribuovaných informací prostřednictvím aplikace „Česká Obec“ (zdroj: vlastní tvorba)

| Obec | Jak často dáváte do aplikace zprávy? |
|--------------------------------|--|
| Ostrožská Nová Ves | každý týden |
| Blatnice pod Svatým Antonínkem | měli jsme problém s aplikací - doladuje se |
| Veselí nad Moravou | v rámci obce nepoužíváme |
| Hluk | denně |
| Blatnička | skoro každý druhý den |
| Ostrožská Lhota | dle potřeby |
| Uherský Ostroh | 2x týdně |
| Kozojídky | dle potřeby |
| Boršice u Blatnice | - |

Otázka č. 12 - Z jakých oblastí dáváte nejčastěji zprávy?

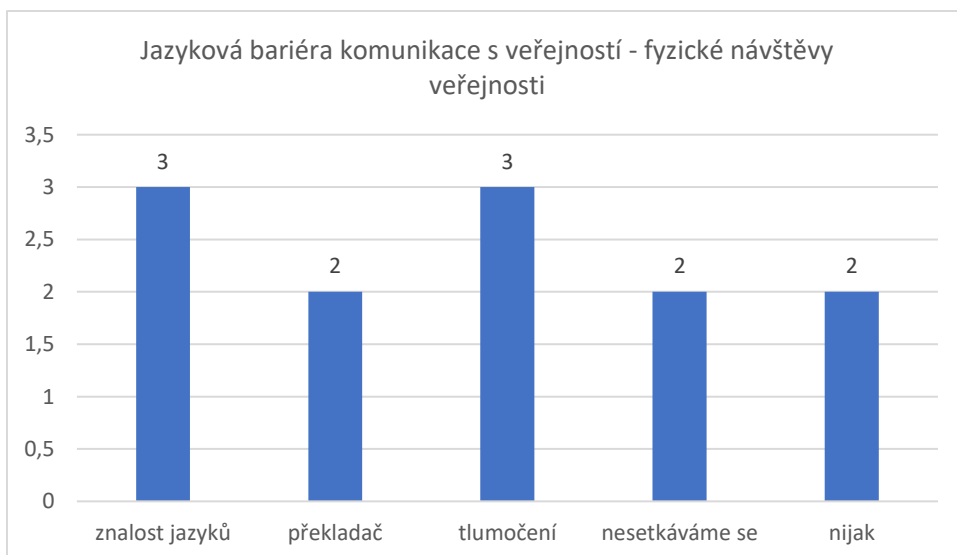
Obce nejčastěji posílají odběratelům prostřednictvím aplikace upozornění nebo zprávy o plánovaných akcích. Lidé ale dostávají i zprávy z kultury, sportu, aktuality nebo jiné informace jako například investice (viz obr. 41).



obr. 41 – Tematické celky nejčastěji distribuovaných zpráv z aplikace „Česká Obec“ směrem k občanům

Otázka č. 13 - Jak řešíte jazykovou bariéru komunikace v rámci komunikace na úřadě směrem k veřejnosti?

Část obcí využívá znalosti cizích jazyků jako například angličtina nebo ruština. Některé obce zatím nemají zkušenost nebo se nesetkaly s nutností používat cizí jazyk při komunikaci na úřadě. Další obce spoléhají na tlumočníky nebo na internetový překladač. Nejmenší obce situaci neřešily (viz obr. 42).

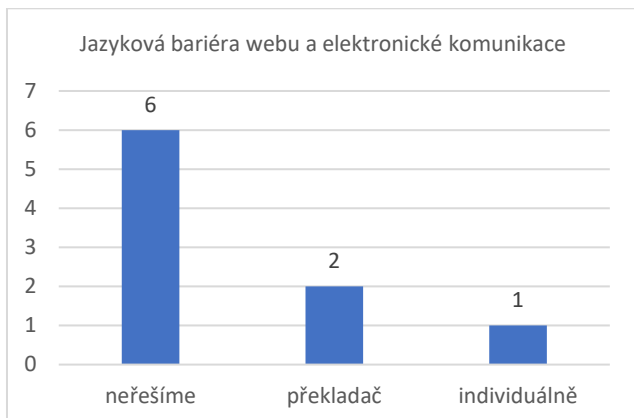


obr. 42 – Řešení jazykové bariéry v komunikaci s veřejností na obecních úřadech (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 14 - Jak řešíte jazykovou bariéru komunikace - web a ostatní platformy?

Většina obcí neřeší jazykovou bariéru u webových stránek a ostatních platform. Dvě největší města se odkazují na internetový překladač, další město řeší situaci individuálně. U webových stránek se tak nabízí možnost rozšíření do jiných jazyků nebo zřízení kolonky pro cizince, a to jak u webů obcí, tak u webu mikroregionu. Cílem je nalákat více turistů, a to například jak z blízkého Rakouska, tak i ze

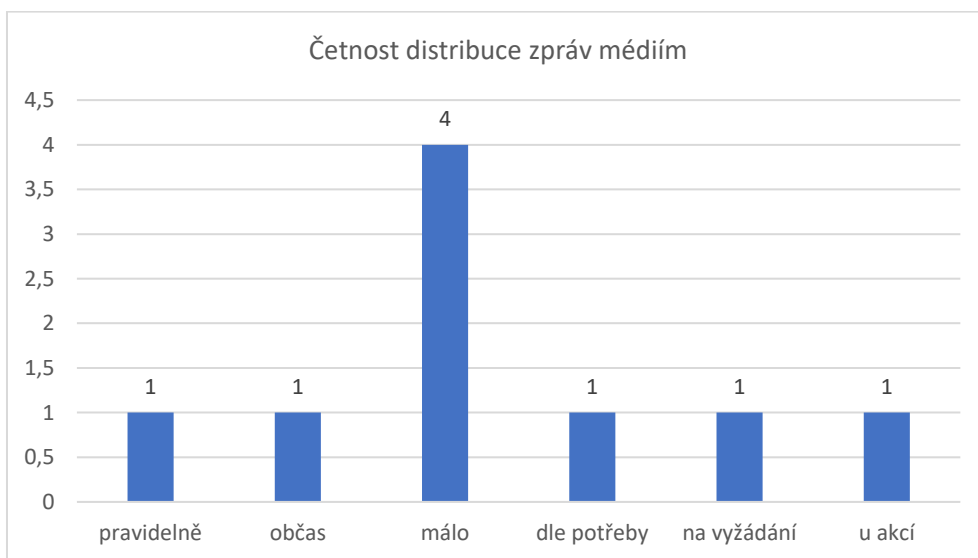
vzdálenějších zemí. Oslovit lze i uprchlíky z Ukrajiny, kteří opustili svoji zemi kvůli útoku Ruska. Část z nich plánuje v České republice zůstat a mohla by najít zázemí na Slovácku, kde by tito lidé mohli například posílit trh práce (viz obr. 43).



obr. 43 – Řešení jazykové bariéry v komunikaci s veřejností elektronickou formou (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 15 - Jak často rozesíláte zprávy do médií?

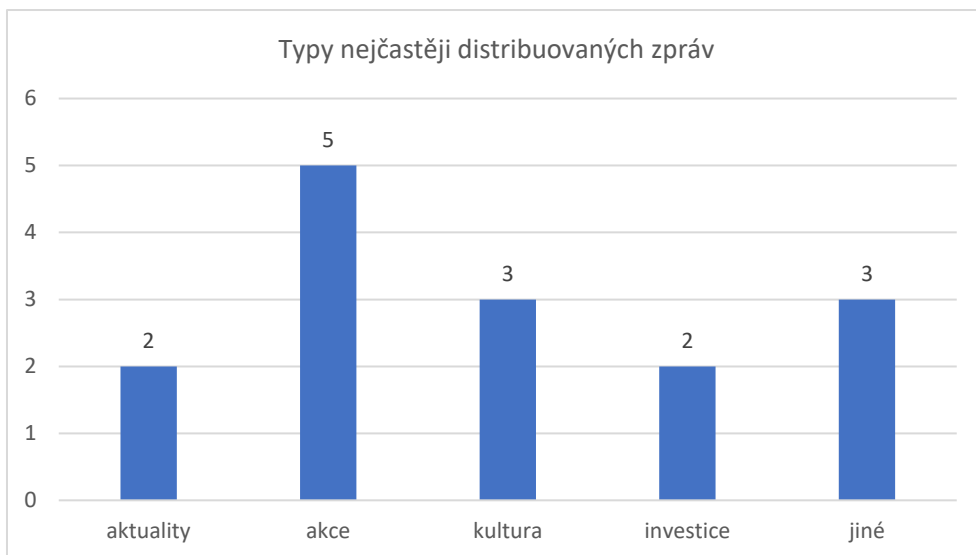
Obce mikroregionu až na výjimku v podobě Veselí nad Moravou málo nebo nedostatečně, nepravidelně využívají možnosti komunikace s novináři. Redakcím lze přitom posílat aktuality, investice, kulturní akce i mnoho dalších informací formou tiskových zpráv. Přiložit lze i krátký zvuk nebo video. V Jihomoravském i Zlínském kraji je mnoho médií od tištěných forem přes rádia až po televize, která by mohla zprávy z radnic využít. Často rozhoduje i uchopení problematiky a její prezentace poutavou formou (viz obr. 44).



obr. 44 – Četnost distribuce zpráv směrem k médiím (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 16 - Jaký druh zpráv nejčastěji distribuujete do médií?

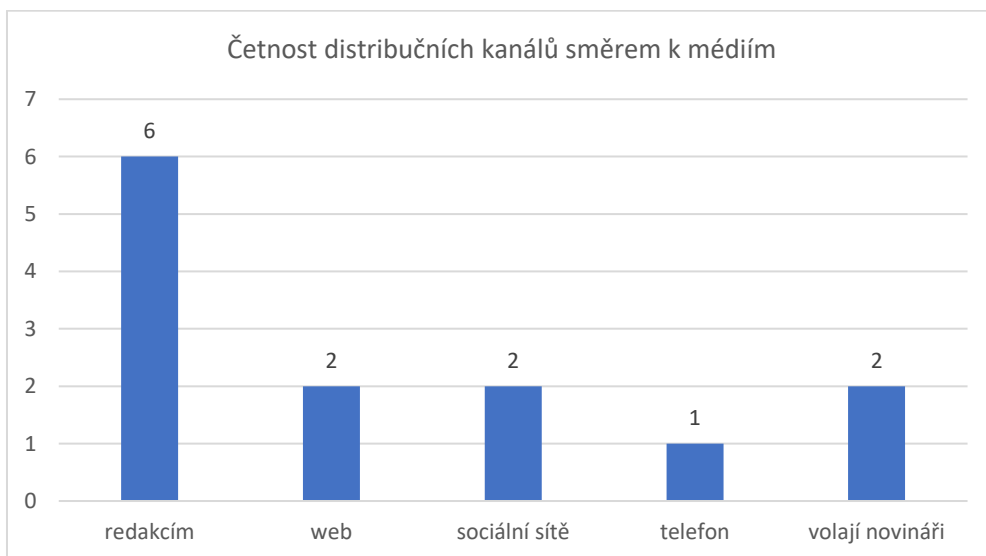
Pokud se obce mikroregionu obracejí na média, informují je o plánovaných akcích, kulturních záležitostech, aktualitách nebo investicích (viz obr. 45).



obr. 45 – Typy nejčastěji distribuovaných zpráv obcí médiím (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 17 - Jakými kanály distribuujete zprávy (komu posíláte, voláte, ...)?

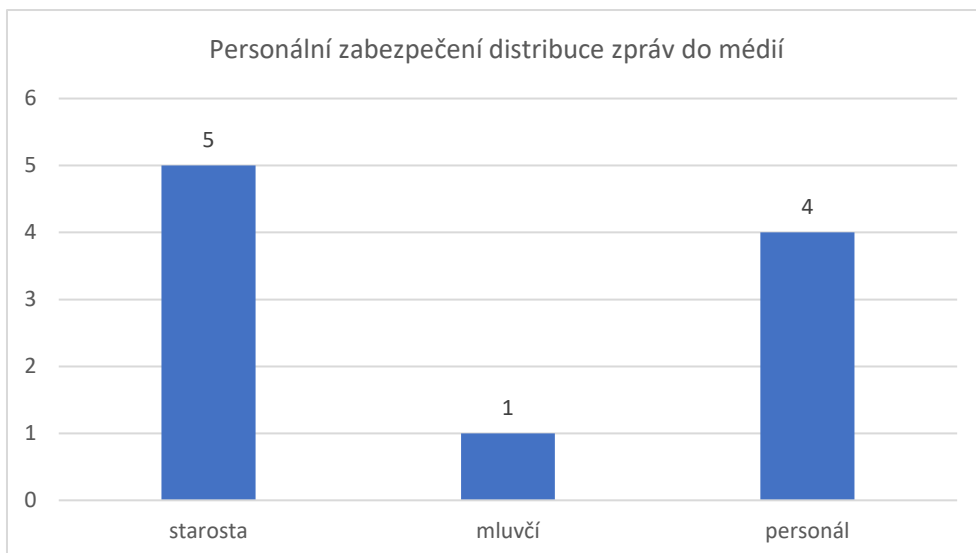
V případě zasílání tiskových zpráv se obce obracejí nejčastěji přímo na redakce. Některé využívají spíš prezentace zpráv na vlastních webových stránkách nebo přes sociální sítě. (viz obr. 46)



obr. 46 – Četnost distribučních kanálů směrem k médiím (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 18 - Kdo z personálu zabezpečuje distribuci zpráv do médií?

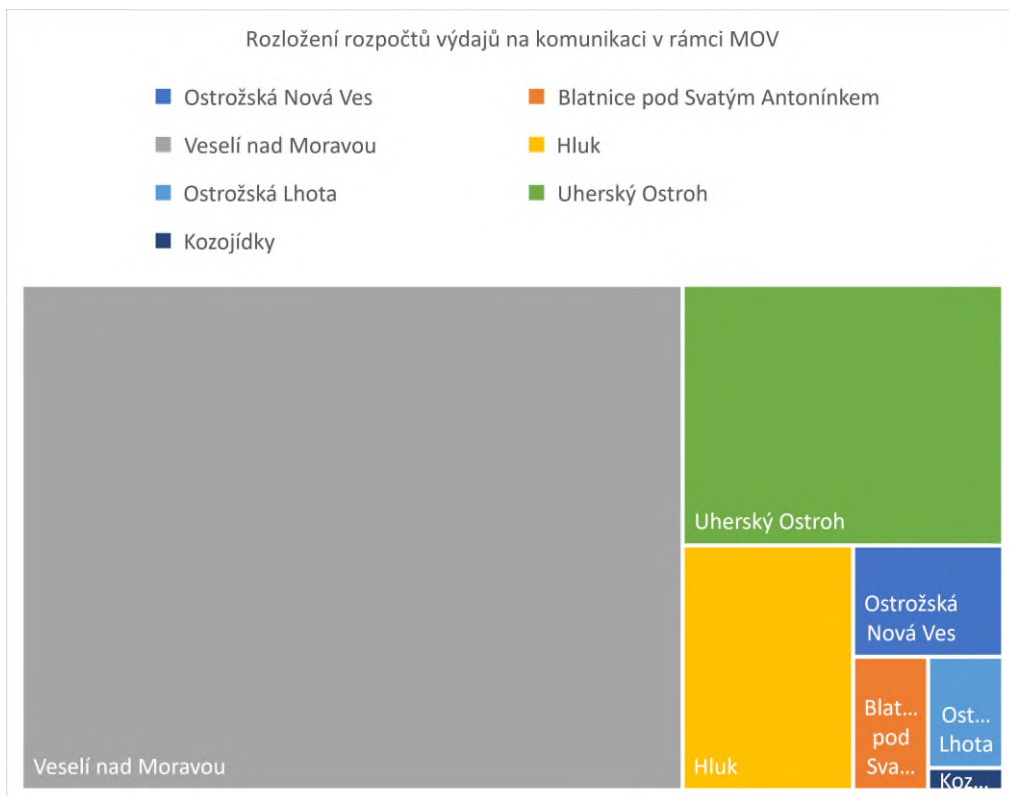
S médii většinu komunikují starostové obcí nebo místostarostové. Veselí má přímo tiskovou mluvčí, která obstarává spolupráci s novináři. Ve čtyřech obcích jsou určeni pro komunikaci s médii jiní pracovníci jako například asistentka, účetní nebo matrikářka. (viz obr. 47)



obr. 47 – Personální zabezpečení distribuce zpráv do médií (zdroj: vlastní tvorba)

Otázka č. 19 - Zhruba jaký rozpočet ročně vnímáte jako únosný pro komunikaci s občany a médii?

V otázce nákladů na komunikaci s občany a médii (viz obr. 48) se pohled jednotlivých obcí liší. Každá obec má totiž jiný počet obyvatel a také rozpočet. Zatímco Veselí má rozpočet v řádu několika stovek milionů a může si dovolit na oblast medializace vynaložit až 2,5 milionu korun včetně pozice mluvčí, nejmenší obce mají rozpočet nižší desítky milionů a náklady na komunikaci jsou v desítkách tisíc korun ročně. Medián sumy každoročně vydané na komunikaci s občany a médii je 100 000,- Kč.



obr. 48 - Rozložení rozpočtů výdajů na komunikaci v rámci MOV (zdroj: vlastní tvorba)

3.6. SWOT analýza současného stavu komunikace

Stav k 30.6.2022 (viz tab. 14)

- Komunikace s veřejností
- Komunikace v rámci cestovního ruchu
- Komunikace s podnikateli a investory
- Komunikace s médii

tab. 14 – SWOT analýza současného stavu komunikace MOV

| Silné stránky | Slabé stránky |
|--|--|
| <p>Dobře fungující systém komunikace s občany tradičními metodami</p> <p>Tradice a pořádání kulturních akcí Možnost stánkového prodeje Fungující informační centra Možnost příhraniční spolupráce a návštěvnost zahraničních klientů</p> <p>Folklorní tradice, kulturní akce, turistické atraktivity, přírodní zajímavosti, spolupráce obcí mikroregionu, zřízení web, vytvořená facebooková stránka</p> <p>Vstřícné prostředí pro investice a podnikání, investiční pobídky regionu dostatek pracovních sil</p> | <p>Absence unifikovaného elektronického systému distribuce informací</p> <p>Webové prostředí mikroregionu bez jazykových mutací Zastaralé a nepřehledné webové stránky Nedostatečná informace na tabulích a plakátech a jejich slabé provázání s elektronickými kanály Absence prezentace mikroregionu v obecních infokanálech Soustředění na málo populární infoletáky Absence videospotů Zastaralé reklamní předměty a publikace Absence galerie turistických tras ke stažení z webu Chybějící ucelený systém propagace, nízké povědomí o existenci mikroregionu, absence komunikace s médii za mikroregion, absence tiskových zpráv, nízká úroveň prezentace Absence komunikace s potenciálními investory</p> |
| Příležitosti | Hrozby |
| <p>Užívání unifikované informační mobilní aplikace Propojení MOV informací s informačními kanály obcí Udržování tradic, soudržnost a pospolitost obcí MOV Možnost neplacené i placené inzerce Rychlý a masivní rozvoj využívání webu a sociálních sítí Rozvoj regionálních informačních systémů</p> <p>Tvorba analýzy a strategie rozvoje cestovního ruchu oblasti Atraktivita území, lidová architektura, možnost příhraniční spolupráce Jazykové mutace webu a jiné komunikace směrem k turistům</p> <p>Investice v tradičních oborech; příhraniční spolupráce; investice v cestovním ruchu</p> <p>Velké množství médií, regionální média, rozvoj sociálních sítí, turismus, přilákání investorů</p> | <p>Odliv obyvatel v důsledku nespokojenosti s komunikací a propagací MOV Chybějící zpětná vazba s veřejností (obyvateli a turisty)</p> <p>Absence zahraničních návštěvníků MOV a krátká doba pobytu turistů Vznik nové nepřímé konkurence a odliv návštěvníků</p> <p>Konkurence sousedních oblastí a regionů</p> <p>okolní konkurence, nevyužití současných trendů, úbytek návštěvníků</p> |

4. Návrhová část

Komunikační plán je postaven na principech spolupráce všech devíti členských obcí. Vede ke zlepšení informovanosti nejen občanů devíti členských obcí, ale i další široké veřejnosti, k propagaci atraktivních turistických cílů a plánovaných kulturních událostí, ale informuje i o uplynulých událostech ve formě aktualit. Dále vede ke zveřejňování povinných dokumentů a aktuálních projektů. Tyto principy budou procesně řízeny manažerem Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko. Cílovou skupinou komunikace jsou všechny členské obce Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko, zástupci obcí, občané a dále široká veřejnost i mimo Mikroregion Ostrožsko-Veselsko. Cílem je zatraktivnění lokality Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko.

Navrhané nástroje komunikace: webové stránky, sociální sítě, listinná podoba komunikace - propagační materiály, letáky, obecní zpravodaje, místní a fyzická propagace, média.

4.1. Cílové skupiny komunikace mikroregionu

Vzhledem k charakteru mikroregionu a jeho působení jsme stanovili následující cílové skupiny úspěšné komunikace:

- Obyvatelé obcí/veřejnost
- Zástupci členských obcí a zastupitelstva
- Neziskové organizace
- Zaměstnanci obcí
- Zaměstnavatelé
- Veřejné instituce
- Média

Z pohledu priorit a potenciálu mikroregionu jsme vytvořili možnosti způsobů komunikace a cílových skupin (viz tab. 15)

tab. 15 – Možnosti komunikace cílových skupin mikroregionu Ostrožsko – Veselsko

| cílová skupina/způsob komunikace | úřední deska | webové stránky | sociální sítě | tištěné články ve zpravodajích obcí | vývěsky, nástěnky | jednání MOV | jednání s vedením obcí | zastupitelstva obcí | realizace projektů | aktivity v obci, spolky | emailová komunikace | datová schránka |
|--|--------------|----------------|---------------|-------------------------------------|-------------------|-------------|------------------------|---------------------|--------------------|-------------------------|---------------------|-----------------|
| obyvatelé obcí a veřejnost | x | x | x | x | x | | | x | | x | | |
| turisté | | x | x | | x | | | | | x | | |
| zástupci členských obcí a zastupitelstva | x | x | x | x | x | x | x | x | | | x | |
| zaměstnanci obcí | x | x | x | x | x | | x | x | x | | x | |
| zaměstnavatelé | x | x | x | x | | | x | x | x | | | |
| neziskové organizace | x | x | x | x | x | | x | x | | x | | |
| veřejné instituce | x | x | x | x | | | | x | | | x | x |
| média | x | x | x | x | x | | | x | | x | x | |

Obyvatelé – jedná se o obyvatele, kteří bydlí v regionu ať už dlouhodobě nebo trvale. Veřejnost – osoby, které v obci nebydlí nebo dlouhodobě nepobývají.

Turisté – návštěvníci mikroregionu, kteří zde krátkodobě nebo dlouhodobě tráví volný čas.

Zástupci členských obcí a zastupitelstva – znamenají pro mikroregion cílovou skupinu komunikace obousměrně. Jednak jsou cílem informace, která proudí z mikroregionu, a pak jsou i sami zdrojem informací z obce směrem k mikroregionu. Zároveň mají rozhodovací pravomoci, proto jsou tvůrci informace v obou případech.

Zaměstnanci obcí – tato cílová skupina je klíčovým mezistupněm mezi vedením mikroregionu a finálním spotřebitelem informace. Proto by tato skupina měla být flexibilní a zásobena aktuálními informacemi v dostatečné míře. Skupina reprezentuje mikroregion a spoluvytváří dobré jméno mikroregionu.

Zaměstnavatelé - jsou cílovou podskupinu vyžadující určité specifické informace (o projektech, plánech spolupráce s mikroregionem).

Neziskové organizace – skupina, která hledá podporu od mikroregionu pro realizaci svých projektů.

Veřejné instituce – cílová skupina zejména z důvodu auditů a kontroly činnosti.

Média – jde o skupinu, která tvoří transfer informace k dalším cílovým skupinám.

4.2. Inovace elektronické komunikace

Internetovou prezentaci MOV lze najít pod adresou www.ostrozsko-veselsko.cz. Inovace elektronické komunikace spočívá především v úpravě stávajícího webu do responzivní formy. V roce 2016 začalo převažovat vyhledávání prostřednictvím mobilních zařízení nad desktopovou variantou (zdroj: www.active24.cz), proto je třeba upravit web do uživatelsky přívětivé podoby. Jako řešení se nabízí buď tvorba mobilní aplikace, tvorba nové verze webu anebo právě vytvoření webu responzivního.

Stávající náplň webu by bylo dobré obohatit o dílčí a dynamické prvky a informace propojit s weby obcí. Informace se tak mohou dublovat, nicméně vejdou do povědomí cílové skupiny MOV a mohou být distribučním kanálem pro externí média. Zároveň by bylo dobré založit a propojit s webem další portály v rámci sociálních sítí. Nabízí se propojení s FB stránkou, Instagramem nebo You Tube kanálem MOV.

Další inovací by měly být jazykové mutace webu tak, aby byl využit potenciál cestovního ruchu a zahraničních investic. Cílem by tak bylo zvýšení návštěvnosti regionu. Stejně tak by webu prospělo zveřejnění turistických cílů a návrh na trávení volného času, přímý kontakt na ubytování a rezervační systémy ubytovatelů. Na stávajícím webu chybí u cyklotras mapa ke stažení do smartphone nebo GPS a výškový profil s alternativami postupů a popisem přírodních nebo kulturních atraktivit. Vzhledem k charakteru a cílové komunitě turistů by bylo žádoucí analyzovat dlouhodobé metriky webu s jazykovými mutacemi a Facebooku. Na základě časového rozložení jednotlivých návštěv zahraničních uživatelů pak lze cílit reklamu do oblastí a v časových intervalech, které jsou nejcitlivější a vybízejí k aktivní návštěvě webu.

Mikroregion Ostrozsko – Veselsko disponuje Youtube kanálem. Ten je však velmi sporadicky naplňován (v současnosti pouze 4 příspěvky) a není propojen s webem MOV. Youtube kanál má pouze 7 odběratelů. Velký potenciál skýtá prezentace v podobě lidových slavností a prezentace mikroregionu zahraničním uživatelům platformy. Video lze doplnit anglicky psaným komentářem nebo titulky a uvést

adresu (proklik) na web MOV. Kanál Youtube nevyužívají ani obce mikroregionu, výjimkou je Veselí nad Moravou. Krátká a dobře zpracovaná videa by přitom mohla přilákat pozornost.

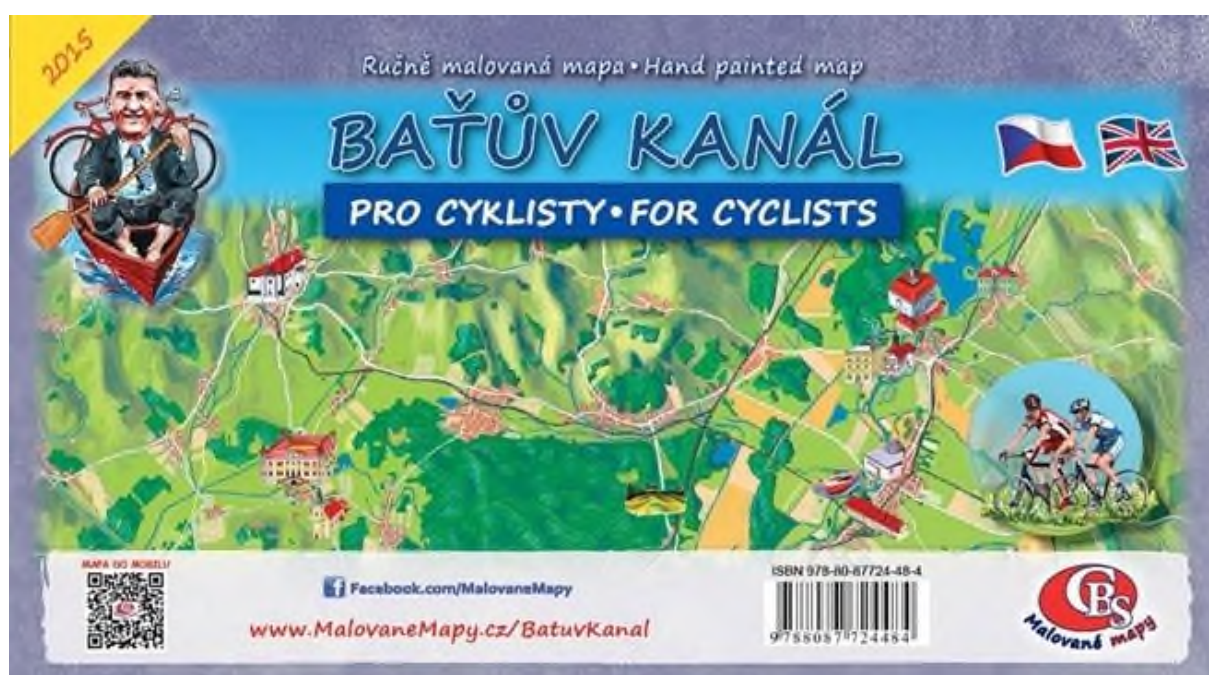
Z hlediska návrhů dlouhodobějšího charakteru pro účely cestovního ruchu je návrh realizace analýzy turistického ruchu a potenciálu jeho rozvoje. Příkladem inovace může být umístění informačních nebo tématických tabulí v dopravně a turisticky exponovaných oblastech na hranici nebo v centru MOV. Důležitou komponentou těchto tabulí je propojení fyzického a elektronického prostředí umístěním QR kódů, který bude odkazovat přímo na web MOV. Jako důležité vnímáme nejen tvorbu, ale i strategii umístění infotabulí a uvítacích tabulí. Prostřednictvím jednoduchých a enviromentálně přijatelných tabulí lze nenásilným způsobem propagovat MOV především mezi návštěvníky regionu (viz obr.49; 50;51).



obr. 49 – Návrh uvítací cedule a QK kód směřující na web MOV (podklad: www.lika-obce.cz; vlastní tvorba)



obr. 50 – Informační tabule s cyklotrasami a QR kódem webu MOV (podklad: www.nasvahu.net; www.tic-veseli.cz; vlastní tvorba)



4.2.1. Mobilní aplikace

V rámci rozvoje komunikace je cílem v rámci mikroregionu unifikovat dostupnost informací pro většinu veřejnosti. Jako vhodná se jeví aplikace „Česká obec“ (viz obr. 52), která splňuje požadavky GDPR a je uživatelsky i administrativně přívětivá.



obr. 52 – Aplikace Česká obec (zdroj: www.medlanky.cz)

Pro účely turistiky lze navrhnout vytvoření mobilní aplikace pro turisty s dynamickými prvky. V rámci aplikace by mohlo MOV distribuovat aktuální info o kulturních a sportovních akcích, transportovat k turistům možnosti ubytování v mikroregionu a zveřejňovat statické (např. možnosti cykloturistiky, vodní turistiky) i dynamické (aktuální možnosti a podmínky parkování) prvky mikroregionu. Výhodou by pak byl přímý náhled na informaci bez přemostění prostřednictvím dalšího média, např. webu.

4.3. Inovace fyzické komunikace s veřejností

Fyzická komunikace Mikroregionu Ostrožsko-Veselsko s veřejností probíhá na úrovni samosprávy v komunikaci s občany a na úrovni cestovního ruchu převážně prostřednictvím informačních center, která jsou dobře fungující s jazykovou kompetencí pracovníků. Z hlediska cestovního ruchu byly v minulosti významné stánkové prodeje knižních publikací a výrobků a stánková nabídka upomínkových předmětů, letáků a propagačních materiálů. Tento způsob propagace však v poslední době ztrácí význam a není o něj příliš velký zájem.

Nově budou navrženy a zhotoveny nové reklamní a dárkové předměty převážně s folklorní tematikou. Na těchto předmětech bude vždy vytištěn odkaz na nové webové stránky www.ostrozske-veselsko.cz pro propagaci těchto stránek široké veřejnosti a k získání povědomí o existenci těchto stránek.

Bude vytvořen reklamní plakát (ev. tabule) s mapou a znaky všech členských obcí k propagaci nových webových stránek pro umístění ve všech členských obcích mikroregionu (viz obr. 53).



obr. 53 – Původní mapa mikroregionu se znaky obcí a původním logem MOV (v roce 2021 se MOV rozšířil o devátou obec Kozojídky; zdroj: www.ostrozske-veselsko.cz)

Současné logo mikroregionu by bylo dobré propagovat na více místech, spojovat ho s událostmi a akcemi i v dílčích obcích tak, aby vešlo do povědomí veřejnosti, investorů i návštěvníků oblasti. V rámci obcí by měla být určena osoba, která by se starala o sběr a distribuci příspěvků, fotodokumentace, apod. nejen na místní web a sociální síť, ale i do aplikace „Česká Obec“, která by tak splnila cíl zřízení, tedy distribuce informací z mikroregionu. V ideálním případě by za MOV měl směřem k novinářům proudit jeden infokaná. Významné akce a atraktivita pro návštěvníky by si zasloužily jazykové mutace. Všechny aktivity by měly být koordinovány manažerem Mikroregionu Ostrožsko- Veselsko.

4.4. Inovace komunikace s médii

Mikroregion Ostrožsko-Veselsko ani obce v něm zařazené s výjimkou Veselí nad Moravou příliš nevyužívají komunikaci s médii. Prezentace v novinách, rádiích nebo televizích má přitom široký dosah, přičemž se obsah dostane nejen k obyvatelům dané obce, ale i do okolí nebo k potenciálním turistům a investorům. Obce i mikroregion by proto více měly komunikovat s médii a nabízet jim témata poutavou formou, aby je média převzala a zveřejnila.

Jak komunikovat s médii:

O čem novináře informovat?

novinky, změny, služby, plány, aktuality, události, havárie, nebezpečí, upozornění, problémy, chyby

Z jakých oblastí vybírat?

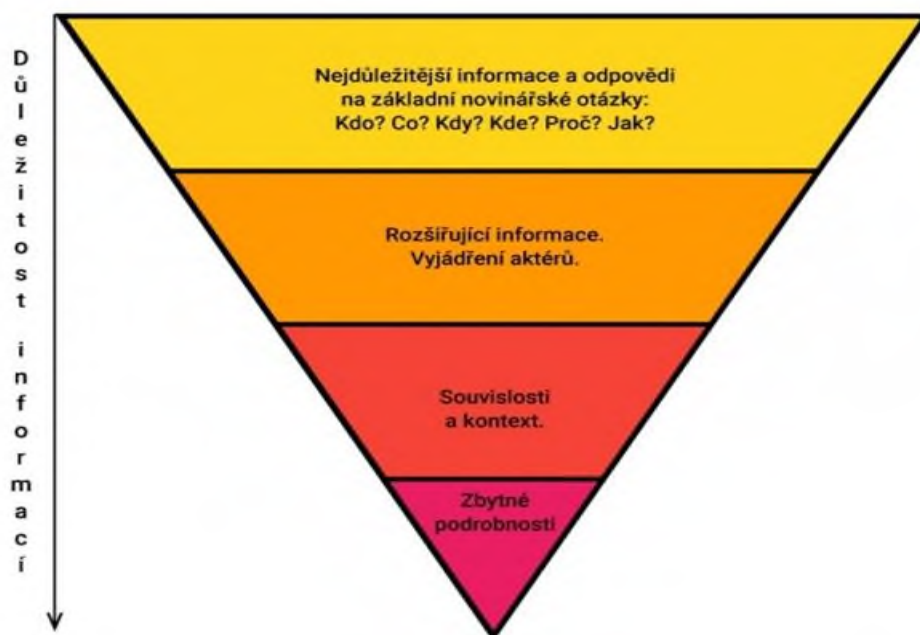
doprava, zdravotnictví, školství, investice, sport, krimi, rozvoj, služby, tradice, sociální věci, bydlení, cestovní ruch, kultura, ekologie, podnikání, církve.

Časté chyby:

- úřední jazyk
- zbytečná odbornost
- složité věty
- dlouhá souvětí
- nevystižení podstaty

Jak psát správně:

jednoduše, srozumitelně, stručně, vyhnout se cizím slovům (případně je vysvětlit), psát krátké věty, za jednou delší větou dát tři věty kratší. Podstatný je výstižný nadpis a první odstavec, ve kterém musí být vše důležité. Musí odpovědět na otázky kdo, co, kdy, kde, případně jak a proč. Neschovávat si žádné překvapení a to nejdůležitější na závěr. Po přečtení by neměly zůstat nezodpovězené základní otázky. Konec zprávy by měl obsahovat autora a kontakt. Obrácená pyramida: Nejdůležitější informace na začátku, dále rozvíjející informace a na konci background (viz obr. 54).



obr. 54 – Obrácená pyramida přinášející postupnost důležitosti informací (zdroj: XY)

Ve většině obcí mikroregionu se v posledních desetiletích snižuje počet obyvatel. Postupně se zvyšuje pouze v Kozojídkách a Hluku. V Ostrožské Nové Vsi zaznamenali v posledních desetiletích pokles počtu obyvatel, nicméně v posledních zhruba 15 letech byl patrný nárůst s výjimkou mírného poklesu několika posledních let.

Pro zamezení odlivu stávajících a přilákání nových obyvatel by obce měly vytvořit plán. Obsahovat by měl nabídku bydlení a investic, možnou spolupráci s investory pro vytvoření pracovních míst, nabídku služeb, ale také prezentaci a komunikaci s občany a médii. Bydlení, služby a pracovní příležitosti nejsou předmětem této analýzy. Nicméně informace o těchto oblastech lze občanům sdělit vhodnou formou komunikace. Z informací pak mohou lidé jednoduše usoudit, co jim obec nabízí, proč by v ní měli zůstat nebo se přistěhovat a jaké výhody jim to přinese. Komunikaci je vhodné přizpůsobit s ohledem na různé věkové rozložení obyvatel v obcích a jim blízké formy komunikace. Například v Blatnici tvoří velkou část obyvatel starší lidé a senioři, a proto je vedle moderních komunikačních nástrojů spojených s internetem potřeba neopomíjet ani tištěnou formu pro předání informací nebo veřejný rozhlas. Na druhé straně v Kozojídkách žijí převážně mladší lidé a děti, pro které je obecně vhodnější formou vyhledávání informací na internetu a na sociálních sítích.

4.5. Zhodnocení naplnění plánu a další vize

Koncem roku 2027 bude zhodnoceno povědomí veřejnosti o Mikroregionu Ostrožsko- Veselsko a o jeho obcích a aktivitách mikroregionu dotazníkovým šetřením u občanů členských obcí mikroregionu, doplněno dotazníkovým šetřením u široké veřejnosti mimo obyvatel mikroregionu.

Na základě výsledků vznikne další plán rozvoje komunikace s veřejností pro rozšíření povědomí o mikroregionu i pro zvýšení jeho atraktivity pro turisty. Možností je vznik odborné studie mikroregionu, kde bude definovaný další rozvoj z pohledu nejen komunikace a propagace mikroregionu a jeho obcí, ale i s ohledem na krajinu, památky, tradice, vinařství, kulturní akce, řemeslníky a podobně. To vše formou například videospotů, bannerů, mobilního rozhlasu i modernizací webových stránek nebo propojením webů obcí s webem mikroregionu či propojení na region Slovácko pomocí RSS kanálů.

Pro listinnou podobu je dlouhodobý výhled plánovaného tisku nových propagačních brožur jak v českém, tak v německém i anglickém jazyce pro poskytování v infocentrech. Cizojazyčné verze poslouží k rozeslání do příhraničních infocenter jak na české straně příhraničí, tak na rakouské a slovenské straně příhraničí. Tyto listinné brožury pak mohou být v elektronické podobě (např. PDF formátu) umístěny na webových stránkách ke stažení.

Pro mediální propagaci je výhledově plánována mediální reklama, jako byly v minulosti například televizní Cyklotoulky, ale také do budoucna například rozhlasové reklamní spoty.

Všechny tyto navržené varianty budou vyhodnoceny členy Valné hromady a Správní rady koncem roku 2027. Poté budou po případném schválení naplánovány a realizovány dle aktuální situace.

V rámci MOV není výrazně prezentovaná komunikace s potenciálními investory a propagace regionu v oblasti podmínek investic a realizace podnikání je minimální. V dlouhodobém horizontu by bylo žádoucí zvýšit aktivitu v oblasti propagace regionu a prezentace nabídek v jazykových mutacích v elektronické podobě (např. webové prostředí). V rámci této sekce se jedná velmi výrazně i o investory z oblasti cestovního ruchu a turistiky.

5. Použité zdroje informací

HANÁKOVÁ, K. Akční plán komunikace s veřejností na rok 2019/2020, Dobrovolný svazek obcí Mikroregion Ostrožsko - Veselsko

KUCHYŇKA, J. Analýza nástrojů pro komunikaci obce s občany; Regionální rozvojová agentura jižní Moravy, 2021; zdroj: www.smart-jmk.cz/wp-content/uploads/2021/08/anal%C3%BDza_210608_final.pdf

VAŠTÍKOVÁ, M.; JANEČKOVÁ, L. Marketing měst a obcí. 1999

https://www.czso.cz/csu/xb/cestovni_ruch-xb-obce

<https://vdb.czso.cz>

www.ostrozsko-veselsko.cz

www.facebook.com

<https://www.mestohluk.cz/mesto/zpravy/mobilni-aplikace-ceska-obec-2186cs.html>

<http://aticcr.cz>

www.uhostroh.cz

www.vis.bilekarpaty.cz/doc/prochazky-s-pruvodcem

<https://www.active24.cz/jak-na-tvorbu-webu/tvorba-stranek-pokrocila/responzivni-web-jak-vypada-a-proc-ho-mit>

<https://lika-obce.cz/vyroby-a-sluzby/uvitaci-cedule/>

<http://www.tic-veseli.cz/>

<https://nasvahu.net/informacni-tabule/informacni-tabule-pro-obce-a-mesta/informacni-tabule-pro-obce/>

<https://www.roadcycling.cz/clanek/cyklomapa-ktera-toho-povi-vic>

<https://medlanky.cz/medlanky-najdete-v-aplikaci-ceska-obec/>

<http://www.ostrozsko-veselsko.cz/mikroregion/mapy/>